



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E
URBANISMO

Área de concentração: Urbanização, projetos e políticas físico-territoriais

Linha de pesquisa: História da Arquitetura, do Urbanismo
e do Território

TURISMO, PROPAGANDA E PATRIMÔNIO NO BRASIL:

Um encontro à luz de fragmentos da correspondência política de Oswaldo
Aranha durante a Era Vargas (1930-1945).

Andrea de Albuquerque Vianna

Orientadora: Prof^ª Dr.^a Françoise Dominique Valéry

Natal/RN

2018

ANDREA DE ALBUQUERQUE VIANNA

TURISMO, PROPAGANDA E PATRIMÔNIO NO BRASIL:

Um encontro à luz de fragmentos da correspondência política de Oswaldo
Aranha durante a Era Vargas (1930-1945).

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, na área de concentração Urbanização, projetos e políticas físico-territoriais, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor.

Natal/RN

2018

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial Prof. Dr. Marcelo Bezerra de Melo Tinoco - DARQ - CT

Vianna, Andrea de Albuquerque.

Turismo, propaganda e patrimônio no Brasil: um encontro à luz de fragmentos da correspondência política de Oswaldo Aranha durante a Era Vargas (1930-1945) / Andrea de Albuquerque Vianna. - Natal, 2018.

246f.: il.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Tecnologia. Departamento de Arquitetura e Urbanismo.

Orientadora: Françoise Dominique Valéry.

1. Turismo - Tese. 2. Propaganda - Tese. 3. Patrimônio - Tese. 4. Era Vargas - Tese. 5. Oswaldo Aranha - Tese. I. Valéry, Françoise Dominique. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/UF/BSE15

CDU 338.48

Elaborado por Ericka Luana Gomes da Costa Cortez - CRB-15/344

À minha amada Cecília, filha, amiga
e cúmplice nesta vida

AGRADECIMENTOS

Caminhar em busca do conhecimento é se dispor a enfrentar, em campo aberto, o novo, o imprevisível, o inexplorado. Assim, sem reservas, enfrentam-se as intempéries da pesquisa, a proliferação das dúvidas, a perda significativa de referenciais. Tudo muda. O tempo todo. Não no mundo, mas no universo estudado. Esse é o cotidiano de um pesquisador. Desta forma, é preciso reconhecer e valorizar cada avanço, cada descoberta e, principalmente, toda demonstração de apoio, a ajuda que faz diferença.

A gratidão que trago hoje transcende quaisquer limites, pois se curva à conquista não apenas do título de doutorado, mas à expansão intelectual e ao amadurecimento pessoal que torna cada um de nós, seres ímpares. Ao longo destes quatro anos e meio, a despeito da jornada árdua, em nenhum momento tive queixas. Tenho apenas a agradecer.

A Deus, acima de tudo.

Agradeço o apoio incondicional da minha família, especialmente à Dona Magali Vianna, minha mãe, fortaleza que nos sustenta; à minha filha, Cecília Vianna, pela paciência e por todo amor que há entre nós.

Sou grata à professora Françoise Dominique Valéry, minha orientadora, pela generosidade demonstrada em todos os momentos do nosso trabalho, desde o início, quando acreditou no meu projeto. Agradeço as orientações sempre serenas e equilibradas, em dias e horários combinados, sem faltas e sem atrasos; a confiança que depositou em mim; a liberdade que me deu para conduzir as pesquisas; o respeito invariável com que sempre me tratou. A ela, meu mais profundo apreço e admiração pela excelente professora/educadora que é.

Ao professor Eugênio Mariano Medeiros (PPGAU/UFRN), pelo acolhimento e ajuda nas pesquisas, pela colaboração espontânea e sincera, minha estima e consideração.

À professora Bárbara Alvarez da *University of Michigan Library*, pela gentileza e envio de material importante para esta tese, porém, indisponível no Brasil.

Aos professores do PPGAU/UFRN pelas sugestões, orientações informais; ao professor José Clewton (PPGAU/UFRN) pelas orientações iniciais; ao professor Raimundo Nonato Araújo da Rocha, coordenador do curso de História/UFRN, pelas conversas descontraídas e bastante esclarecedoras; à professora Natália Miranda Vieira (PPGAU/UFRN), aos professores Everaldo Costa (UnB), Dênio Azevedo (UFS), George Dantas (PPGAU/UFRN), às

professoras Jovanka Baracuhy (UFPB) e Ludmila Oliveira (UFERSA) pelas valiosas observações e contribuições para o aprimoramento deste trabalho.

A Nicolau, pela presteza no atendimento e solução de todos os nossos assuntos na secretaria do PPGAU/UFRN.

A Ericka Cortez, responsável pela biblioteca setorial do Departamento de Arquitetura da UFRN, pela assistência e normalização deste trabalho.

À CAPES pela concessão da bolsa que possibilitou a realização desta pesquisa.

A Cecília Marilaine, amiga querida, companheira de trilha acadêmica, pelo carinho de sempre, pela presença providencial nos momentos certos, pela mansidão que nos ajuda a pensar. A Rebeca Grilo, Cíntia Camila Liberalino e a todos os colegas, pelas traduções, livros e arquivos cedidos.

O sol que ilumina os primeiros passos de uma pesquisa não é o mesmo que brilha em seu encerramento. Este é maior, pois irradia a gratidão e a felicidade dos que chegaram até aqui.

Nenhum dos meus escritos foi concluído; sempre se interpuseram novos pensamentos, associações de ideias extraordinárias, impossíveis de excluir, com o infinito como limite. Não consigo evitar a aversão que tem o meu pensamento ao ato de acabar.

Fernando Pessoa

RESUMO

Este trabalho, desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica e documental, adotando como metodologia a Análise de Discurso, investiga a relação existente entre Turismo, Propaganda e Patrimônio e o Governo Federal, durante a Era Vargas (1930 a 1945), com o propósito de identificar o uso destas três áreas como ferramentas de suporte político e ideológico para o grupo varguista, então no poder. A partir de cartas selecionadas do arquivo da correspondência política de Oswaldo Aranha, disponíveis na base Access do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil - CPDOC -, Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas – FGV, foi traçado um panorama do entrelaçamento da tríade Turismo-Propaganda-Patrimônio com os objetivos políticos de Getúlio Vargas naquele período. Observa-se o desenvolvimento turístico a partir da evolução dos meios de transportes, cuja expansão está ligada à chegada de companhias aéreas estrangeiras no Brasil, destacando-se as presenças alemã e norte-americana. Da propaganda identificam-se os artifícios utilizados para divulgar o Brasil no exterior por meio do apoio a publicações de livros (inglês e espanhol) e revistas (inglês), distribuídos apenas internacionalmente, da participação em eventos internacionais, da organização de exposições de arte, da abertura de agências de informações, agências de turismo e propaganda, agências de comércio do Brasil no exterior. Ainda neste item, observa-se a atuação do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, no controle da propaganda interna, dos eventos e do turismo. Do patrimônio, percebe-se a busca por uma identidade nacional que pudesse, não apenas ser adotada como a essência dos brasileiros, e por isso mesmo, pudesse uni-los, mas seu uso para atender a públicos e objetivos diversos: internamente, deveria atender aos grupos hegemônicos - as elites -, e à população trabalhadora; externamente deveria despertar o interesse de empresários, investidores, políticos e da própria população estadunidense, apresentando o Brasil como um país cuja história vai além de tribos indígenas, negros, favelas e mocambos. Neste tópico, aborda-se a classificação de Ouro Preto como monumento nacional, a criação do SPHAN e seu propósito de defesa do patrimônio urbano-arquitetônico nacional. A ideia, presente na bibliografia estudada, nas matérias de jornais e revistas, e nas cartas de/para Aranha, era construir uma imagem positiva do Brasil, e seu governante, de maneira a conquistar a confiança internacional, não apenas de seus governantes, mas da população em geral, como forma de obter recursos financeiros e apoio político que garantissem o crescimento econômico do país, e sua segurança.

Palavras-chave: Turismo. Propaganda. Patrimônio. Era Vargas. Oswaldo Aranha.

RÉSUMÉ

Cette thèse, développée à partir de recherche bibliographique et documentaire, tout en adoptant comme méthodologie l'analyse de discours, se propose à mettre en relation Tourisme, Propagande et Patrimoine durant l'ère Vargas (1930 – 1945), dans le but d'identifier l'utilisation de ces trois domaines comme instruments de support politique et idéologique du groupe varguiste, alors aux commandes du gouvernement fédéral. À partir de cartes choisies parmi les archives de la correspondance politique de Oswaldo Aranha, disponibles dans la Banque de données du Centre de Recherche et Documentation d'Histoire Contemporaine du Brésil – Ecole des Sciences Sociales de la Fondation Getúlio Vargas – FGV, on a tracé un panorama de l'enchevêtrement des rapports entre Tourisme-Propagande-Patrimoine avec les objectifs politiques de Getúlio Vargas durant cette période. On observe le développement du tourisme à partir de l'évolution des moyens de transports, dont l'expansion est liée à l'arrivée de compagnies aériennes étrangères au Brésil, surtout allemandes et nord-américaines. En termes de propagande, on identifie les stratagèmes utilisés afin de divulguer le Brésil à l'extérieur grâce aux publications de livres (en anglais et espagnol) et de revues (en anglais) distribuées seulement à l'étranger, participation à des événements internationaux, organisation d'expositions d'art et ouverture d'agences d'informations à l'étranger. Dans ce même domaine, on constate le rôle rempli par le Département de Presse et Propagande – DIP, dans le contrôle de la propagande intérieure, des événements et du tourisme. En ce qui concerne le Patrimoine, on note la recherche d'une identité nationale qui puisse non seulement être reconnue comme l'essence des brésiliens, et par ce biais qui puisse les unir, mais aussi son utilisation en fonction de publics et d'objectifs divers: au niveau interne, elle devait répondre aux attentes des groupes hégémoniques – les élites – et de l'ensemble des travailleurs; à l'extérieur, elle devait susciter l'intérêt des chefs d'entreprises, des investisseurs, des politiques et même du peuple américain, en montrant que le Brésil ne se résumait pas aux indiens, aux noirs, aux bidonvilles et aux taudis. À ce propos, on montre l'importance du classement de Ouro Preto comme monument national, la création du Service du Patrimoine Historique et Artistique National – SPHAN et son rôle dans la défense du patrimoine urbain et architectural national. L'idée, présente dans la bibliographie étudiée, dans les articles de journaux et revues, et dans les lettres envoyées à et par Aranha, était de construire une image positive du Brésil, de son dirigeant, de manière à gagner la confiance des principaux chefs d'État et de leurs peuples, afin d'obtenir les ressources financières et les appuis politiques nécessaires pour garantir la croissance économique du pays et sa sécurité.

Mots-clé: Tourisme. Propagande. Patrimoine. Ère Vargas. Oswaldo Aranha.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Oswaldo Aranha, em 1923, vestido como ximango

Figura 2 - Oswaldo Aranha e a junta governativa de 1930, no Rio de Janeiro

Figura 3 - Oswaldo Aranha e a Junta Governativa de 1930 - Almirante Izaías Noronha, General Menna Barreto, General Tasso Fragoso e o Ministro de Relações Exteriores, Afrânio de Melo Franco

Figuras 4 e 5 - Capa da revista *Reação Brasileira*, ano V, nº 6, de junho de 1940. Nota publicada sobre afirmações de Oswaldo Aranha acerca da neutralidade do Brasil

Figura 6 - Fragmento de nota publicada na Revista *Vamos Lêr!*

Figura 7 - Matéria de capa sobre o futuro embaixador do Brasil nos EUA.

Figura 8 - Papel timbrado da Diretoria de Aeronáutica

Figuras 9 e 10 - Fragmento de matéria da Revista *Life* sobre o Brasil

Figuras 11 e 12: Aeroporto de São João, Porto Alegre, 1930.

Figura 13 - Avião da Panair obrevoa a capital federal, mostrando o Cristo Redentor ainda em construção, 1929/1930

Figura 14 - Hangar da Panair do Brasil, 1941

Figura 15 - Dados do tráfego aéreo no Brasil, de 1927 a 1946

Figura 16 - Fragmento de matéria sobre a aviação comercial no Brasil

Figura 17 - Transporte aquaviário de passageiros em 1933

Figura 18 - Veículos de transporte rodoviário no Brasil – 1940

Figura 19 - Touring Club do Brasil – programa de divulgação turística

Figura 20 - Palace Hotel, Rio de Janeiro

Figura 21 - Teatro e Cassino Beira-mar, Rio de Janeiro

Figura 22 - Cassino Atlântico, Rio de Janeiro

Figura 23 - Copacabana Palace Hotel, Rio de Janeiro, 1923

Figura 24 - Cassino da Urca

Figura 25 - Palace Hotel e Cassino Poços de Caldas

Figura 26 - Hotel Cassino Quitandinha, Petrópolis-RJ

Figura 27 - Notícia sobre fechamento dos cassinos no Brasil

Figura 28 - *KdF Seebad-Rügen* ou Colosso de Prora

Figura 29 - Nota da imprensa sobre a propaganda do turismo no Brasil

Figura 30 - Revista *Travel in Brazil* como meio de propaganda do Brasil em Nova York

Figura 31 - Nota sobre as revistas *Brazil Today* e *Brasil*, distribuídas nos Estados Unidos

Figura 32 - Notas sobre publicações brasileiras no exterior

Figura 33 - Notas sobre publicações de propaganda do Brasil no exterior

Figuras 34 e 35 - Primeiro número da Revista *Brazil Today*, publicada em setembro de 1940, em Nova York

Figuras 36 e 37 - Primeiro número da Revista *Brazil Today*, publicada em setembro de 1940, em Nova York

Figuras 38 e 39 - *Brazil Today*, v.1, nº2, *Flying down to Rio* – capa e sumário

Figuras 40 e 41 - *Brazil Today*, v.1 nº4, *Rio's Carnival... samba rhythms, gaiety, laughter*

Figuras 42 e 43 - Livro *Rio*, publicado pelo diplomata americano Hugh Gibson

Figura 44 - *Un turista en el Brasil*

Figura 45 - Nota sobre exposição de arte brasileira em Londres

Figura 46 - Abertura da exposição de arte brasileira em Londres (novembro/1944)

Figura 47 - Catálogo da Brazil Builds, 1943

Figura 48 - Edifício A Noite – 1930

Figura 49 - Edifício A Noite – vista aérea do centro do Rio de Janeiro, 1930

Figura 50 - Cauby Peixoto no auditório da Rádio Nacional

Figura 51 - Ângela Maria, Marlene e Emilinha Borba no palco da Rádio Nacional

Figura 52 - Revista Klaxon, nº1

Figura 53 - Revista Antropofagia, nº1

Figura 54 - Revista Estética, nº1

Figura 55 - Comemoração do bicentenário de Villa Rica/Ouro Preto, 1911

Figura 56 - Comemoração pela elevação de Ouro Preto ao status de Cidade Monumento Nacional, Praça Tiradentes, em 13 de julho de 1933

Figura 57 - Cristo Redentor recém-inaugurado

Figura 58 - Solenidade de inauguração do Cristo Redentor

Figura 59 - Getúlio Vargas no Desfile da Juventude, Campo do Vasco da Gama. Rio de Janeiro, 07 set 1943

Figura 60 - Revista do Patrimônio nº1, capa e sumário

Figura 61 - Revista do Patrimônio nº2, capa e sumário

Figura 62 - Revista do Patrimônio nº3, capa e sumário

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Códigos de identificação da correspondência política de Oswaldo Aranha

Quadro 2 - Agências estrangeiras de turismo e propaganda instaladas em Nova York

Quadro 3 - Dados da aviação em Natal – RN, 1920

Quadro 4 - Empresas aéreas no Brasil

Quadro 5 - Fragmento de quadro sobre tráfego aéreo brasileiro – número de viagens

Quadro 6 - Cassinos no Brasil – Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais

Quadro 7 - *Brazil Today*, títulos e datas de publicação

Quadro 8 - A radiodifusão no Brasil – 1923 a 1945

Quadro 9 - Número de tombamento do SPHAN/IPHAN entre 1937 a 1947

LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES

ABA - *American Brazilian Association*
AIB - Ação Integralista Brasileira
AL - Aliança Liberal
ANL - Aliança Nacional Libertadora
CGA - *Compagnie Générale Aeropostale*
CPDOC - Centro de Pesquisa e Documentação do Brasil Contemporâneo
DAF - *Deutsche Arbertsfront*
DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda
DNP - Departamento Nacional de Propaganda
DOP - Departamento Oficial de Publicidade
DPDC - Departamento de Propaganda e Difusão Cultural
DPHAN - Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
DT - Divisão de Turismo
FGV - Fundação Getúlio Vargas
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IHGB - Instituto Histórico e Geográfico do Brasil
IPGH - Instituto Pan-Americano de Geografia e História
IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico nacional
KdF - *Kraft durch Freude*
LATI - *Ala Litoria*
LEC - Liga Eleitoral Católica
MES - Ministério de Educação e Saúde
NYRBA - New York- Rio de Janeiro-Buenos Aires
OESP - O Estado de São Paulo
PAN AM - *Pan American World Airways*
PANAIR - *Pan American Airlines* do Brasil
PAU - *Pan American Union*
PRR - Partido Revolucionário Rio-grandense
SBT - Sociedade Brasileira de Turismo
SIPS - Serviço de Inquéritos Políticos Sociais
SPHAN - Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
TCB - *Touring Club* do Brasil

TWA - *Trans World Airlines*

UDB - União Democrática Brasileira

VARIG - Viação Aérea Rio-grandense

VASP - Viação Aérea São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 OSWALDO ARANHA, O ENCANTADOR DO BRASIL	28
2.1 Os passos de um revolucionário	29
2.2 Aranha: perfil multifacetado	41
3 AS CARTAS, OS ENREDOS E SEUS PERSONAGENS	48
3.1 O que revelam as cartas	50
3.2 Nas entrelinhas	53
4 DESLOCAMENTOS – UMA VIAGEM SOB AS ASAS DA POLÍTICA NACIONAL	85
4.1 O caso Varig: vestígios de conflitos e incompreensões	90
4.2 O caso PANAIR: avanço de norte-americanos, incômodo de brasileiros	97
4.3 O Governo e a aviação civil/comercial no Brasil	106
4.4 Avanços pela água e por terra firme	111
4.5 Turismo: o nascimento de uma atividade organizada	115
4.6 Cartadas para o turismo	121
5 PROPAGANDA E TURISMO	129
5.1 Construção e venda de uma imagem	135
5.2 A idealização do Brasil a partir da propaganda	168
5.3 O papel do departamento de imprensa e propaganda e suas articulações	172
6 PATRIMÔNIO: A PRESENÇA DISCRETA NAS CARTAS DE ARANHA	178
6.1 Patrimônio: que ideia é essa?	180
6.2 A gênese do ideário do patrimônio no Brasil	183
6.3 Ouro Preto: os primeiros momentos da preservação	192
6.3.1 Ouro Preto durante o Governo Vargas	194
6.4 O Patrimônio a serviço do Estado Novo	204
6.5 O que não dizem as cartas	210
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	213
REFERÊNCIAS	220

1 INTRODUÇÃO

Década de 1930: mudanças de Governo, movimento revolucionário, ruptura com o poder estabelecido. Como era o Brasil naquela época? Quais as demandas do novo governo? Como o Brasil se faria notar para atrair a atenção de empresários estrangeiros? Uma onda nacionalista se espalhava por vários países da Europa e das Américas. Era tempo do uso da imagem como elemento de poder. De que maneira isso aconteceu no Brasil? Quais os elementos utilizados para colocar em prática essa ideia? Essas e tantas outras perguntas permearam os caminhos trilhados nesta pesquisa, desde seus primeiros passos. O cenário é o Brasil da Era Vargas¹: um país em processo revolucionário e à procura de novos parâmetros identitários.

A busca por respostas nos levou a observar que três atividades em desenvolvimento no País contavam com a presença efetiva de pessoas do Governo Vargas, atuando, mesmo que não aparentemente, para seu progresso. Estas atividades eram: Turismo, Propaganda e Patrimônio. As mesmas utilizadas pelos governos nacionalistas de outros países como mecanismos de sustentação política. Assim, seguindo o rastro deixado pelas ações de Vargas e Oswaldo Aranha, foi possível chegar à documentação que dá sustentação a esta pesquisa: os fragmentos da correspondência política de Oswaldo Aranha, pessoa-chave para se compreender o Governo Vargas e suas demandas. Mas, por que Oswaldo Aranha? Por que não Lourival Fontes, do DIP, ou o próprio Vargas?

A importância de Aranha se constata, não apenas pelas citações de seu nome em publicações em jornais e periódicos da época, mas pelo volume da sua correspondência política, encontrada nos arquivos do Centro de Pesquisa e Documentação - CPDOC da Fundação Getúlio Vargas/RJ: mais de 7.600 arquivos em que constam cartas, telegramas, discursos, dentre outros, além de fotos e publicações em que ele é o personagem central.

Seria fácil preencher páginas e mais páginas somente com as publicações de notas, entrevistas e matérias jornalísticas sobre Oswaldo Aranha, tamanha era a impressão que causava na população, nos correligionários políticos, nos seus adversários e, obviamente, na mídia. Certamente, uma tese não seria suficiente para tal empreitada, ademais, este não é o objetivo a que se propõe este trabalho.

¹ Período compreendido entre os anos de 1930 e 1945, durante os quais Getúlio Vargas destituiu o presidente Washington Luís, tomou o poder e governou ininterruptamente. Este período englobou o Governo Provisório (1930 a 1934), o Governo Constitucional (1934 a 1937), e o Estado Novo (1937 a 1945).

As citações e referências aqui apresentadas objetivam traçar um perfil deste personagem, de maneira a fugir da biografia tradicional. O importante, além dos fatos, datas e ações pontuais, são as impressões causadas por Aranha durante o tempo em que esteve em evidência, atuando diretamente no Governo Vargas, estando no Brasil ou não, concordando ou não com as decisões e os rumos dados pelo Presidente da República, em ações internas ou externas. A participação de Aranha era próxima e significativa. Acompanhou Vargas deste que este era presidente do Rio Grande do Sul, ocupou diversas pastas do Governo Revolucionário, tinha livre acesso ao Palácio do Governo, de forma irrestrita, podendo não apenas divergir abertamente das escolhas e indicações de Vargas, mas também expressar seu descontentamento e, em outros momentos, aconselhar, sugerir, propor e até pedir que se tomassem determinadas medidas.

Decerto, foi esse temperamento complexo, aliado às suas habilidades no trato e ao seu viés conciliador que colocaram Aranha na mira de políticos, empresários, jornalistas, enfim, aqueles que tinham algo a propor para o bem do Brasil, nos mais diversos segmentos – turismo, segurança, economia, saúde, entre outros -, como podemos constatar nas cartas analisadas nesta tese. É provável que ele, por gênio e por caráter – tratado aqui como característica – fosse uma pessoa acessível, e, por força da profissão, sociável, o que justificaria a multiplicidade de assuntos presentes em sua correspondência.

Tomando como base o material selecionado no arquivo de Oswaldo Aranha, este estudo tem início com uma abordagem exploratória acerca da relação entre Turismo², Propaganda³ e Patrimônio⁴, a partir da análise de parte de sua correspondência política, associada a documentos, planos, leis e discursos referentes ao desenvolvimento turístico no Brasil, à construção de uma nova imagem do País, de acordo com a orientação do Governo, e às ações de patrimônio ocorridas durante a Era Vargas (1930-1945).

² Prática milenar de deslocamento do homem seja por motivos de saúde física ou espiritual, diversão, negócio, ou outros, com fluxos organizados e sem nenhuma programação; com contraprestações econômicas ou sem elas (NOGUERO, 2010).

³ De acordo com RABAÇA; BARBOSA (2001, p. 598), propaganda é a comunicação persuasiva, um conjunto de técnicas e atividades de informação e persuasão, destinadas a influenciar as opiniões, os sentimentos e as atitudes do público num determinado sentido. O termo foi difundido inicialmente pela Igreja Católica, pela bula papal *Congregatio de Propaganda Fide*, perdurando seu uso até o século XIX com abordagem ideológica. A partir de então passa a ser associada à sustentação e divulgação político-ideológica e, na sequência se aproxima do universo comercial. (PINHO, J. B, 2001; ALDRIGHI, Vera, 1989; NIEDERAUER, C. R. M., 2006)

⁴ Originado do latim, *patrimonium* estava relacionado a propriedade, a uma herança material normalmente deixada pelo pai, ou mesmo por algum outro familiar. Segundo Funari e Pelegrini (2006), *patrimonium*, decorrente de *pater*, surgiu no âmbito do direito de propriedade, era um valor privado, referente à “transmissão de bens no seio da elite romana”, (op. cit. p. 11), estando atrelado a interesses aristocráticos. Patrimônio – Grafado com a primeira letra maiúscula, quando se tratar de uma abordagem conceitual, ideológica, enfim, que ultrapasse a materialidade de um bem patrimonial.

A definição deste recorte temporal se deu pela importância dada a essas três áreas pelos governos nacionalistas, não só no Brasil, mas também em outros países, postura adotada por Getúlio Vargas entre 1930 e 1945. Destaca-se a utilização do Turismo como ferramenta de divulgação do País e de sua cultura; da Propaganda, para a construção de uma imagem nacional capaz de atrair visitantes e investidores; e do Patrimônio para a formatação da identidade brasileira, necessária para apoiar a ideologia nacionalista do governo de então.

A análise das cartas de/para Oswaldo Aranha apresenta uma realidade em que se confrontam teoria e prática, em que interesses políticos falam mais alto. A questão é saber como esse panorama se estabeleceu e se desenvolveu a partir da primeira parte do período Vargasista no Brasil. Como se deu essa relação entre o Patrimônio – especificamente o patrimônio urbano-arquitetônico –, a Propaganda – ferramenta adotada para difundir os ideais varguistas dentro e fora do Brasil –, e o Turismo em determinado espaço urbano, como é o caso de Ouro Preto, escolhida para ilustrar nossos argumentos por ser um repositório de memórias e simbologias que embasaram a construção da identidade nacional idealizada por Vargas, reconhecida e defendida, após sofrer a perda de seu status de capital do Estado, por artistas, intelectuais e políticos, além da população?

Essa relação de proximidade e de uso político entre os elementos da tríade, existiu, sabe-se pela leitura dos documentos e cartas que subsidiaram esta pesquisa. Porém, era preciso comprovar que, as atividades, aparentemente livres de quaisquer intenções políticas cumpriam uma função além da usual: a de disseminar a ideologia governista, difundir a imagem desejada por ele, e contribuir para a construção da identidade nacional.

A pouca bibliografia voltada para a análise da relação Turismo-Propaganda-Patrimônio com os objetivos políticos de Vargas, tema desta pesquisa, foi um dos fatores preponderantes para a definição do caminho a ser trilhado. A procura por uma produção científica convergente nos levou a comprovar a lacuna existente. Muitas são as pesquisas que abordam os três temas isoladamente. Porém, trabalhos que abordem a atividade turística, a propaganda e o patrimônio como ferramentas de uso político são pouco frequentes. Destaca-se também, a quase inexistência de uma produção acadêmica voltada para a combinação dos três temas, associado à Era Vargas.

A ausência de uma produção literária significativa, que contemplasse a convergência da tríade estudada, foi percebida não apenas no repositório da Capes, mas também na bibliografia que aborda planejamento turístico, turismo cultural, patrimônio histórico, propaganda e história do turismo no Brasil, pesquisada na Biblioteca Central Zila Mamede (UFRN), nos arquivos do

Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC/FGV, no Rio de Janeiro, na Biblioteca Nacional, Arquivo Nacional, Biblioteca do Itamaraty, Biblioteca do Congresso Nacional, na Biblioteca do Congresso norte-americano e em textos e artigos acessados via internet.

As dificuldades encontradas quanto à coleta de dados e acesso a documentos primários só serviu para reforçar a convicção de que esse era o tema a ser pesquisado e esse era o caminho. Estudar a história entrelaçada do Turismo, da Propaganda e do Patrimônio no Brasil, sua importância política e seu uso durante a Era Vargas, de maneira bem diferente da que se emprega na atualidade, vinha de um interesse despertado há muitos anos, quando da escolha do curso de graduação: compreender a atividade turística e seus componentes de maneira mais profunda, sem sucumbir ao imediatismo das abordagens operacionais.

Todo esse movimento nos levou ao encontro de Getúlio Vargas, Oswaldo Aranha, Rodrigo de Melo Franco, Mário de Andrade, Lourival Fontes, entre tantos outros, que circulavam pelo universo onde se desenvolveu a relação Turismo-Propaganda-Patrimônio no Brasil. Instituto Histórico e Geográfico do Brasil - IHGB, Serviço de Proteção ao Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - SPHAN, Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP, Ouro Preto, Rio de Janeiro, Governo Vargas, Estado Novo: instituições, lugares e momentos, repositório das respostas que eu procurava. Era preciso agora juntá-las, como num “quebra-cabeças”, que exigia atenção e paciência.

Tendo iniciado a fase de coleta de dados documentais e bibliográficos, e de posse de uma diversidade de informações, era chegada a vez de construir o caminho da pesquisa, identificar e me debruçar sobre a problemática deste estudo. Questões culturais e identitárias, apropriação, memória e esquecimento estavam, então, em primeiro plano. Foram muitas as reflexões para perceber como se davam essas conexões, o que nos levou a depreender que apropriar-se da própria cultura é essencial para a construção de uma identidade forte, avessa a influências de culturas e costumes externos que, em geral, são uma demonstração de sistemas que subjagam grupos ideologicamente enfraquecidos e, conseqüentemente, mais suscetíveis.

A identidade de um povo é formada, pode-se dizer, por diversos elementos de vigor e profundidade similares: suas crenças e rituais; seus costumes, mesmo que estabelecidos pelas classes hegemônicas; seu idioma e, por fim, sua forma de ocupação do espaço. A articulação destes elementos pode ser observada na configuração das cidades, seus detalhes, sua conformação, a relação que o ser humano tem com aquele traçado urbanístico de forma geral, e com as ruas, casas, monumentos, em uma escala menor.

Henri Lefebvre⁵, (1978, p.189) destaca que: “*La ciudad es un lenguaje; una escritura, más exactamente. Escribe algo, escribe ante nosotros um conjunto vivido, memorizado e imaginado*”⁶. O autor prossegue, afirmando que as cidades são como organismos vivos, que respiram, pensam, reagem, morrem e renascem.

Essa “leitura” do espaço é indispensável para o fortalecimento do indivíduo, e do grupo a que pertence, no qual se insere a relação do ser humano com sua história e seus valores culturais, representados pelo patrimônio histórico, artístico e natural, concretizado por seus bens materiais e imateriais. É preciso lembrar que o espaço, assim como sua produção, é um elemento essencialmente político: atende a grupos e a interesses hegemônicos. Na medida em que a tríade estudada está diretamente relacionada ao consumo e produção do espaço – Brasil -, por seu viés histórico, turístico e comercial, aqui se justifica a inserção deste trabalho na linha de pesquisa História da Arquitetura, do Urbanismo e do Território, do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo – PPGAU/UFRN.

A relação do patrimônio com o ser humano transpassa o caráter local para assumir uma interespacialidade, em que o elemento cultural passa a ter importância e reconhecimento não apenas sobre a população residente, mas sobre a população turística, e, ainda, sobre quaisquer grupos ou indivíduos que se apropriem de sua história, independente de um conhecimento estabelecido *in loco* ou obtido por meio da propaganda.

Esta pesquisa reconhece a importância da relação Turismo-Propaganda-Patrimônio para a compreensão dos impactos vivenciados pela cidade turística, assim como as interferências na vida cotidiana da comunidade receptora e sua relação de apropriação ou desconhecimento para a valorização e manutenção dos seus bens patrimoniais, especificamente, os de natureza urbano-arquitetônica. No entanto, o objetivo deste trabalho é observar todas estas possibilidades durante a Era Vargas, período de descobertas e inovações até mesmo quando o assunto é a história do País.

Para que se possa avançar neste terreno, é preciso que se tenha em conta que tanto o Patrimônio quanto o Turismo, enquanto atividade e conceito são resultantes de um conjunto

⁵ Henri Lefebvre (1901-1991) – Filósofo e sociólogo marxista francês, autor de dezenas de obras em que teoriza sobre a vida cotidiana e os impactos do sistema capitalista na produção do espaço, sendo este um elemento político, categorizado como espaço vivido, espaço percebido e espaço concebido. Seu método regressivo-progressivo cujo eixo principal é o deslocamento no tempo, do presente para o passado, visando à compreensão do momento atual e, a partir desta análise, vislumbrando o devir, serviu de base para as análises realizadas nesta tese.

⁶ A cidade é uma linguagem; uma escrita, mais exatamente. Escreve algo, escreve diante de nós um conjunto vivido, memorizado e imaginado. (Tradução nossa)

de eventos que se deram a conhecer a partir do século XVIII, e que essa relação histórica se estabelece, também, decorrente do valor econômico dos monumentos. Estes como atrativos turísticos, assim como os bens patrimoniais, são construídos socialmente – uma vez que ocupam uma dimensão e têm função determinada -, e são recriados simbolicamente para usos e funções outras, dentre os quais o uso pela política varguista (CAMARGO, 2004).

Uma breve análise acerca da história do Turismo apresenta sua relação direta com o patrimônio, sendo este, um dos fatores impulsionadores do deslocamento de pessoas ao longo do tempo. (ROSS, 2002; YÀZIGI, 2003a; PIRES, 2002; SANTANA, 2009).

O turismo é uma atividade de caráter comercial e social, cujas principais características são o deslocamento e o consumo do espaço – considerando-se que para sua implantação e expansão, o turismo se apropria do espaço, adaptando-o e reconfigurando-o de maneira que atenda às suas necessidades. Trata-se de um amálgama de fatores que com os avanços tecnológicos alcançados a partir da Revolução Industrial, século XVIII, provocaram mudanças significativas nos setores econômicos, culturais e sociais.

Noguero (2010, p.188) discorre sobre o tempo de existência da atividade turística, não com a configuração com a qual se nos apresenta atualmente, porém, com o espírito de curiosidade e busca por algo que o ser humano não encontra em seu local de origem.

El turismo es una práctica milenaria del hombre (impelido por atractivos de salud física o espiritual, diversión, negocio, etc.; con largos, medianos y cortos desplazamientos por tierra y agua; con movimientos multitudinarios, de grupos pequeños y muy raramente de solitarios; con flujos organizados y sin ninguna programación; con contraprestaciones económicas o sin ellas...).

No Brasil, os estudos apontam como período inicial o que coincide com a chegada da família real, ou seja, a partir de 1808. Camargo (2007, p.12), faz um breve comentário acerca dos pilares do turismo no Brasil:

[...] o turismo, que é indiscutivelmente invenção britânica correlata às duas revoluções industriais, no Brasil se dá como europeização, que seria a aceitação de um padrão cultural anteriormente inexistente por meio da imitação com a adoção e adaptação, no local, dos hábitos aristocráticos e burgueses. Adoção e aceitação que não implicam necessariamente que o país também seja industrial, mas acarretadas pelo processo de sua integração, embora periférica, ao centro, especificamente a partir da instalação da Corte no Rio de Janeiro.

Ignarra (2003), Barreto (2003), Castelli (2001) apontam que o turismo surgiu quando o ser humano deixou de ser sedentário e passou a se deslocar, motivado principalmente pela

necessidade de estabelecer comércio com outros povos. Assim, a motivação econômica impulsionou as grandes viagens exploratórias da antiguidade. Um dos fatores propiciadores de deslocamentos foi a motivação religiosa, existente desde a época de Cristo, passando pelas Cruzadas, até os dias de hoje. O turismo de saúde era praticado no Império Romano, quando as viagens a “estâncias” termais, para tratamentos de talassoterapia, eram frequentes. As olimpíadas eram responsáveis pelos deslocamentos da civilização helênica, no que hoje se assemelharia ao turismo desportivo.

Com a evolução industrial, a navegação a vapor impulsionou o transporte de mercadorias, mas também possibilitou um fluxo cada vez maior de passageiros. Porém, neste cenário, têm destaque os deslocamentos por via férrea, que surgem como uma opção mais econômica, pois possibilitavam a cobertura de grandes distâncias em menor tempo e com custos reduzidos. Deste período - 1841 - datam os registros da primeira viagem, com características de excursão, organizada pelo inglês Thomas Cook, durante a qual 570 pessoas se deslocaram entre as cidades de Leicester e Loughborough (IGNARRA, 2003; CASTELLI, 2001).

As duas grandes guerras mundiais trouxeram o avanço tecnológico, e, com ele, a possibilidade de acesso a meio de transporte mais ágil e eficiente: o avião. Inicialmente utilizada em pequena escala, aos poucos a aviação civil se popularizou e avançou em direção ao transporte de passageiros, tendo amplo uso voltado à atividade turística.

A despeito das transformações decorrentes da evolução tecnológica, das grandes mudanças ocorridas no mundo em relação às questões da indústria, agricultura, trabalho, educação e, conseqüentemente, comportamento, ocorridas a partir do século XVIII, a atividade turística só pôde se desenvolver enquanto atividade comercial, com a criação de uma infraestrutura básica - hotéis, restaurantes etc. - que desse suporte e condições de funcionamento aos empreendimentos, e proporcionasse bem estar aos turistas, independente do motivo da viagem ou tempo de permanência no local visitado.

Esse deslocamento em massa gerava outras questões significativas e que interferiam diretamente na vida cotidiana das populações visitadas: a reestruturação urbana para atender à nova demanda, com a elaboração e estruturação de toda a rede de procedimentos e equipamentos necessários para o estabelecimento do turismo como uma atividade econômica.

Neste cenário de grandes mudanças, com o advento das revoluções Francesa e Industrial e o avanço do capitalismo, a atividade turística se estabelece, para uns, como oportunidade de

adquirir novas culturas e status, através do *Grand-Tour*; para outros, como forma de obter lucro, comercializando a visitação a monumentos e antiguidades.

Nesta relação estreita entre a atividade turística, a reconfiguração do espaço e a comercialização de locais, paisagens e culturas, insere-se o consumo da história das comunidades receptoras através da transformação do patrimônio urbano-arquitetônico em atrativo turístico, o que não ocorreria sem a ação da propaganda. O que não se dá a conhecer não atrai interessados nem curiosos, ou seja, não atrai turistas. Considerando-se o caráter ‘invasivo’ desta apropriação, associado à implantação da infraestrutura turística, percebe-se a fragilidade da preservação do patrimônio urbano-arquitetônico diante da lógica comercial, que a tudo transforma em mercadoria, gerando impactos negativos na cidade e na vida cotidiana da população residente. (ROSS, 2001; GRABURN, 2009; SILVA, 2006)

Diante deste quadro, e observando-se a relação que se estabeleceu entre Turismo, Propaganda e Patrimônio, é importante questionar de que forma ela se constituiu entre os anos de 1930 e 1945 no Brasil. Por que foram utilizados desta maneira? Teria havido apenas o interesse político, ou demandas de cunho econômico teriam peso suficiente para interferir nesta questão? Muitas são as indagações decorrentes desta aproximação, que se concretizou neste período da história e que, depois, adquiriu outros contornos.

Pesquisas preliminares e leituras de livros, artigos e documentos serviram de base para a construção desta tese, cuja hipótese a ser defendida é a de que Turismo, Propaganda e Patrimônio foram adotados como ferramentas de sustentação política e ideológica pelo Governo Vargas no período de 1930 a 1945.

O objetivo geral deste trabalho é compreender como se deu a relação Turismo-Propaganda-Patrimônio durante a Era Vargas. Para tanto, é preciso alcançar os objetivos específicos: a) Verificar qual o papel de Oswaldo Aranha na construção da relação Turismo-Propaganda-Patrimônio durante a Era Vargas; b) Contextualizar os fragmentos da correspondência política de Oswaldo Aranha e analisar seu conteúdo; c) Inferir como se deu a estruturação da atividade turística durante a Era Vargas, quanto às modalidades de deslocamento e meios de transportes, notadamente o transporte aéreo; d) Analisar como se deu a construção da imagem do Governo Vargas mediante o uso de diferentes meios de comunicação; e) Identificar qual a dimensão das ações relacionadas ao Patrimônio durante a Era Vargas no Brasil.

O tema proposto para estudo trata de uma análise da relação entre o Turismo-Propaganda-Patrimônio durante a Era Vargas. Esta abordagem exigiu um aprofundamento nos meandros

da história, inicialmente para se contextualizar os momentos estudados; da política, para compreender os interesses do Governo; do Turismo, para mapear seu desenvolvimento, diretamente ligado à modernização dos meios de transportes nacionais e internacionais; da Propaganda, para conhecer como era feita a comunicação na época, os meios e a linguagem adotada; e, por fim, do Patrimônio, para rastrear a gênese da consciência patrimonial que deu origem a ações e a instituições que atenderam às demandas do Governo Vargas. Assim sendo, trata-se de uma pesquisa básica (APPOLINÁRIO, 2007, p.152).

Considerando-se as limitações da literatura nacional acerca da relação proposta como objeto de estudo Turismo-Propaganda-Patrimônio -, este trabalho priorizou os métodos de pesquisa documental e bibliográfica para o levantamento dos dados necessários à sua realização.

O enfrentamento de situações controversas, comuns aos governos autoritários, cujos rebatimentos no cotidiano são pouco compreendidos pela sociedade, conduziu esta pesquisa à abordagem analítica, que trabalha com a perspectiva da mudança, das contradições.

Segundo Gil (2006, p.31), alguns dos princípios da abordagem dialética são:

- a) Princípio da unidade e da luta dos contrários (unidade dos opostos) – os fenômenos apresentam aspectos contraditórios, que são organicamente unidos e constituem a indissolúvel unidade dos opostos. Os opostos não se apresentam simplesmente lado a lado, mas em estado constante de luta entre si. A luta dos opostos constitui a fonte do desenvolvimento da realidade.
- b) Princípio da transformação das mudanças quantitativas em qualitativas - quantidade e qualidade são características imanentes (inerentes) a todos os objetos e fenômenos, e estão inter-relacionados. No processo de desenvolvimento, as mudanças quantitativas graduais geram mudanças qualitativas e essa transformação opera-se em saltos.
- c) Princípio da negação da negação (mudança dialética) - O desenvolvimento processa-se em espiral, isto é, suas fases repetem-se, mas em nível superior. A mudança nega o resultado e o resultado, por sua vez, é negado, mas essa segunda negação conduz a um desenvolvimento e não a um retorno ao que era antes

Trabalhando com a dinâmica da elaboração da tese – antítese – síntese, e, considerando que o objeto deste estudo está ambientado em um período representativo do passado político, social e econômico do nosso País, a pesquisa reconhece a necessidade de uma contextualização histórica, uma vez que os acontecimentos ocorrem por desdobramentos de um conjunto de processos que estão em constante mudança.

Trabalha-se na perspectiva empírica descritiva, uma vez que faz uso prioritariamente de dados documentais e bibliográficos, tendo como aporte teórico autores que abordam as diversas áreas sobre as quais se apoia este estudo: Patrimônio, Memória, Turismo, Planejamento, História, dentre outras. Cita-se como algumas referências básicas, os seguintes autores: Le

Goff (1990), Françoise Choay (2001), Márcia R.R. Chuva (2009), Maria Cecília Londres Fonseca (2005), Lúcia Lippi Oliveira (1982), João dos Santos Filho (2003, 2004, 2005), Aguinaldo C. Frattucci (2008), Everaldo B. Costa (2012), Cláudia B Leal (2008), Isabelle Cury (2000), Pedro Paulo Funari e Lurdes Dominguez (2005). O suporte documental inicial é dado por meio do levantamento das cartas pré-selecionadas atendendo às delimitações do recorte temporal proposto.

Considerando-se o método de abordagem analítica adotado para esta pesquisa, e, reconhecendo-se a importância da imparcialidade na leitura e interpretação dos documentos estudados, além de sua relação com o contexto histórico e político da época, adota-se como técnica a Análise de Discurso. Esta técnica permite que a compreensão do teor do documento vá além do discurso aparente, o que, em se tratando de tema complexo que tangencia questões político-ideológicas, configura-se como uma ferramenta de grande valia.

Partindo da definição de Orlandi (2009, p.5), de que o discurso é “palavra em movimento, prática de linguagem”, percebe-se que as palavras não se encerram em si mesmas, trazendo muito mais informações e mensagens subliminares, de acordo com seu uso e associações.

A Análise do Discurso sobrepuja a percepção do sentido do texto, ou do sentido do discurso, ela percebe, identifica e analisa os modos e as dinâmicas do texto e do discurso por ocasião da produção de sentidos ao longo da história. Assim, a análise de palavras, isoladas e/ou agrupadas, a observação do emprego repetitivo de determinadas expressões, assim como sua descontinuidade, ou, ainda, a desconexão entre o discurso que se quer mostrar e a sua essência, observada após a desconstrução do texto, são recursos de análise que permitem perceber outros significados, em alguns casos, mapear relações, e ordenar níveis, identificar elementos, intenções, interesses e ideologias que subsistem nas entrelinhas. Segundo Orlandi, a Análise do Discurso reflete acerca da maneira como a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua (2009, p.16).

Apoiada sobre três eixos – linguística, marxismo e psicanálise, a Análise de Discurso se mostra como ferramenta necessária para a compreensão da ingerência da ideologia na superfície discursiva. (ORLANDI, 2009).

Indursky (1992, p.20), afirma que em Análise do Discurso, o objeto sobre o qual as análises linguísticas são feitas não é um objeto linguístico "*strictu sensu*". Trata-se bem mais de um objeto sociohistórico onde o linguístico intervém, como pressuposto.

Entendendo o texto como um conjunto de recortes discursivos que se entrecruzam e se dispersam, Orlandi (2009) defende que um recorte é um fragmento da situação discursiva e a análise empreendida efetua-se por meio de seleção dessas unidades extraídas do *corpus*, ou mesmo de recortes de recortes, observados os objetivos do estudo.

A pesquisa ora apresentada é de natureza qualitativa, uma vez que faz uso prioritariamente de dados documentais e bibliográficos.

Turismo, Propaganda e Patrimônio são campos de estudos que transpassam barreiras quanto à área científica; por se tratarem de atividades que tangenciam os mais variados universos, tanto no âmbito da prática quanto no da teoria, estabelecem-se como campos transdisciplinares. Sua extensão permite observá-los a partir dos domínios da História, da Geografia, Arquitetura, Comunicação Social, Sociologia, Museologia, Direito, Turismo. Dentro dessa transdisciplinaridade, esta tese se desenvolveu com a leitura de autores das mais diversas áreas, o que pode ser constatado no capítulo Referências. Além do suporte bibliográfico, há o documental, baseado na coleta de documentos primários, como decretos-lei, projetos de lei, cartas e discursos encontrados em instituições como Arquivo Nacional, Biblioteca Nacional, CPDOC/FGV, Biblioteca do Congresso, IPHAN, assim como livros, artigos, teses e dissertações.

As cartas, selecionadas do arquivo da correspondência política de Oswaldo Aranha, foram escritas no período compreendido entre 1931 e 1938, e retratam as relações comerciais da época e as dificuldades enfrentadas pelos que buscavam inovar e incrementar o mercado econômico brasileiro.

Na base de dados Accessus do CPDOC/FGV, o arquivo Oswaldo Aranha é dividido entre os seguintes tipos de documentos: textuais, audiovisual, livro/folheto, capítulo de livro, exemplar periódico, artigo periódico. Nossa opção foi pelos documentos textuais, em que constam documentos escritos por ele ou a ele dirigidos, cujo montante era de 4.537 ocorrências, emitidas entre 1930 e 1945. Ao realizarmos a pesquisa avançada, lançando as palavras-chave turismo, propaganda, patrimônio e seus desdobramentos, foram localizados 59 arquivos, dos quais foram selecionados 15 que tinham relação mais próxima com o tema estudado. Dos 15 arquivos, contendo um ou mais documentos, foram selecionadas 29 correspondências, entre cartas, telegramas e bilhetes recebidos ou enviados por Oswaldo Aranha.

O uso das palavras-chave não impediu a presença de correspondências de teor militar, telegramas de congratulações por algum feito de Aranha, convites, agradecimentos, enfim,

uma diversidade de temas. Desta forma, após a leitura do material, foi constatado que a predominância da abordagem que nos interessava se concentrava no período de 1931 a 1938. Assim, mesmo tratando do período compreendido entre 1930 e 1945, entendemos que a correspondência selecionada era suficiente para nos guiar em direção aos fatos que apontavam para o uso político de Turismo-Propaganda-Patrimônio durante a Era Vargas. A contextualização das cartas e os fatos ocorridos após sua emissão apresentam por si mesmos a relação existente entre a tríade estudada e seu uso político por Vargas e Aranha.

O conteúdo desta tese está distribuído entre a Introdução e mais seis capítulos, nos quais são apresentados fatos, citações, fragmentos de notas e matérias publicadas em jornais e revistas da época, além da análise das cartas de/para Aranha. Em se tratando de uma abordagem complexa – por abranger um volume significativo de informações, distribuídas em 15 anos de governo, além de temas, interesses e personagens – optamos por ilustrar cada capítulo o quanto possível, deixando próximos o texto e as fotos, quadros e citações. Vale frisar a dificuldade na escolha desse material, devido à abundância de matérias de jornal e revistas relacionadas, de alguma forma ao estudo em questão. A triagem foi feita em processo contínuo, desde o início da pesquisa, com medidas de seleção e descarte, apego e desapego, alguns mais simples, outros mais difíceis. Assim sendo, não há anexos.

A tese possui, então, a seguinte estrutura: 1) Capítulo inicial, a **Introdução**, no qual apresentamos a síntese da nossa proposta, objetivos, hipótese, metodologia, autores de referência, discorrendo sobre sua estrutura, pontos principais e perspectivas. 2) Capítulo dois, **Oswaldo Aranha, o encantador do Brasil**, mostra um perfil pessoal e político deste personagem que permeou toda a pesquisa, por ter participação efetiva, muitas vezes nos bastidores, no desenvolvimento das três áreas que compõem este estudo, contribuindo diretamente para seu uso como ferramenta política pelo Governo Vargas; 3) O Capítulo três, **As cartas, os enredos e seus personagens**, expõe a documentação primária sobre a qual se desenvolveu esta tese – as cartas de/para Oswaldo Aranha, seu conteúdo contextualizado e seus personagens. Uma análise que se debruçou sobre os eventos políticos e econômicos, primeiramente e, na sequência, os culturais e sociais. É o esboço do que eram o Brasil e o Rio de Janeiro - Capital da República – em sua atuação política na época; 4) O capítulo quatro, **Deslocamentos – uma viagem sob as asas da política nacional**, se empenha em retratar como se deu a evolução dos meios de transportes no Brasil da Era Vargas, enfatizando o transporte aeroviário, área de interesse de países estrangeiros diversos e motivo de conflitos internos no Governo. Seu uso como moeda de troca em meio à agitação política do período

dão uma ideia de seu valor para Vargas e sua equipe. Neste capítulo é evidenciada parte da história da aviação civil/comercial do Brasil e a instalação das empresas aéreas que aqui atuavam, onde e como atuavam. São abordados também os transportes ferroviário e aquaviário, apontando dados referentes ao volume de carga transportada e ao número de passageiros, distribuídos em classes distintas, de acordo com o valor da passagem. 5) O capítulo cinco, **Propaganda e turismo**, trata diretamente da construção da imagem idealizada do Brasil, atendendo aos ideais varguistas. Aqui é revelado um panorama do uso de diversos meios de comunicação adotados pelo Governo para conquistar a confiança da população – nacional e norte-americana – e despertar a atenção de investidores, empresários e políticos estrangeiros, para obter apoio necessário para a concretização dos planos de desenvolvimento político-econômico do Brasil; 6) O capítulo seis, **Patrimônio: presença discreta nas cartas de Aranha**, tenciona demonstrar a gênese do ideário patrimonial no Brasil varguista, sob que influências se estabeleceu, e as propostas que aqui surgiram para sua efetivação enquanto prática institucional sistematizada. Aqui ocorre um desdobramento nos caminhos até então identificados nesta tese. Há, na busca pela identidade nacional, à qual respondem as ações do Patrimônio, o propósito de atender a um público específico – as elites -, enquanto que o DIP, que se instala 1937 se ocupa da elaboração da identidade das massas. É um desdobramento curioso, que apresenta uma atuação em duas frentes: a que pretende atender aos grupos dominantes, e a que se direciona aos trabalhadores. 7) O capítulo sete, **Considerações finais**, salienta as descobertas e conclusões desta pesquisa, sem, no entanto, se dar por finalizada. Aqui se apresentam as conclusões a que chegamos, capítulo por capítulo e sua relação com os objetivos específicos propostos nesta tese. Manifesta-se neste capítulo o percurso trilhado, e a forma como foram utilizadas as fontes documentais e bibliográficas, sua importância, os limites e sugestões para ampliação desta pesquisa.

2 OSWALDO ARANHA, O ENCANTADOR DO BRASIL

Esta tese se debruça sobre alguns itens da extensa correspondência política de Oswaldo Aranha, que integram o arquivo do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC, da Fundação Getúlio Vargas – FGV, com sede no Rio de Janeiro. Para compreender o alcance dessa correspondência, e, até mesmo a intenção dos remetentes, era preciso conhecer o destinatário. Desta forma, buscaram-se, então, elementos mais significativos da vida e história política do embaixador, do ministro de Relações Exteriores, mas, antes de tudo, do revolucionário cuja presença foi tão marcante no Governo Vargas e, curiosamente, esmaecida após a sua morte.

A bibliografia aqui apresentada foi devidamente selecionada para mostrar de forma mais clara e objetiva aspectos do personagem analisado. A complexidade desta tarefa ocorre em virtude de alguns fatos: Aranha teve atuação política intensa, ocupando diversos cargos sob orientação e comando de Getúlio Vargas; Aranha era homem de muitas facetas: ora negociador, ora conciliador, ora revolucionário; Os escritos a respeito de Oswaldo Aranha abordam uma ou outra dessas características; O próprio caos político em que transitou se encarregou de encobrir ou confundir sua atuação, apresentando-o como temperamental, às vezes como inconstante ou fraco, por exemplo, bem ao contrário do que se divulgava em jornais e revistas da época, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. (VARGAS, A. 1960; CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEM, 1996; LAGO, 2017; STANLEY, 1994; TEIXEIRA SOARES, 1980; VARGAS, A., 2017).

É importante destacar que o tema desta tese não é Oswaldo Aranha, mas a existência de determinada correspondência dirigida a ele, e, em alguns casos, dele para Vargas ou outros nomes do Governo, em que se colocava como mediador entre seus interlocutores e agentes do Governo, ou mesmo o presidente da República, para o acolhimento de suas demandas. O tema das cartas gira em torno do desenvolvimento da atividade turística no Brasil, a criação do que viria a ser uma “Indústria do Turismo”, a elaboração de uma política de Turismo, com a valorização das belezas naturais, da história do País, de seu patrimônio, mesmo que não seja tratado com essa denominação, e a implantação de um bureau de informações turísticas e de uma agência de propaganda brasileira nos Estados Unidos. Desta forma, fica evidente a necessidade de se traçar um perfil do homem a quem se destinaram essas cartas, buscando-se compreender qual a importância dessas demandas, a ponto de serem levadas diretamente ao embaixador, ao ministro de Relações Exteriores e ao presidente da República.

Escrever sobre Oswaldo Euclides de Souza Aranha, (1894 – 1960), a partir de agora, tratado também como Aranha, é, inicialmente, como querer desvendar os mistérios da Esfinge. Interessante e intrigante, Aranha, desfilou pela Era Vargas, perpassando pelo Governo Dutra com desenvoltura, defendendo sempre o que, segundo ele, seria o melhor para o Brasil. Sua paixão pelo País o levou ao longo de sua trajetória a ações extremadas, intercaladas por análises comedidas e conciliadoras em muitos momentos.

Ora uma coisa, ora outra, este, que foi um personagem de grande importância para a política do Brasil no século XX, a despeito de sua presença e atuação direta no governo de Getúlio Vargas, não deixou de ocupar o lugar de *éminence grise*, atuando na maior parte das vezes, nos bastidores. Relegado a um lugar de menor reconhecimento ou mesmo ao esquecimento, por décadas, Aranha, no entanto, deixou marcas expressivas na história contemporânea.

2.1 Os passos de um revolucionário

O garoto bem-nascido, do interior do Rio Grande do Sul, tinha a política correndo nas veias; seu pai, o coronel Euclides de Sousa Aranha, além de fazendeiro, proprietário da estância Alto Uruguai e, portanto, homem de influência no município de Itaqui (RS), ocupava alto posto como chefe do Partido Republicano Rio-grandense – PRR. Da família de sua mãe, Dona Luísa de Freitas Vale Aranha, vinha a tradição da presença na política do município de Alegrete. (CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEM, 1996; LAGO, 2017).

Aranha, nascido no ano de 1894, numa família de prole generosa, 11 filhos, logo cedo enveredou pelos caminhos da política. Formou-se Bacharel pela Faculdade de Direito do Rio de Janeiro no ano de 1916, retornou ao Rio Grande do Sul, onde participou da Revolução de 1923⁷ entre os aliados de Borges de Medeiros⁸ e os partidários de Assis Brasil⁹, que se opunham à quinta eleição de Medeiros - borgistas¹⁰ ou ximangos contra assisistas ou

⁷ Revolução de 1923 – Revolta armada decorrente da suspeita de fraude na eleição, pela 5ª vez, do presidente do Estado, Borges de Medeiros. O conflito cessou com a assinatura do Pacto de Pedras Altas, que impedia a partir daquele momento, a reeleição dos governantes do Estado.

⁸ Antônio Augusto Borges de Medeiros (1863-1961) – Sucessor de Júlio de Castilhos, foi eleito presidente do RS por cinco vezes, manteve a linha política de seu antecessor. Advogado, líder do Partido Republicano Rio-grandense, ocupou a presidência do Estado, pela primeira vez em 1898 por indicação de Castilhos. Impedido de se reeleger pela sexta vez, cedeu lugar a Getúlio Vargas, do seu partido, eleito para o pleito de 1928.

⁹ Joaquim Francisco de Assis Brasil (1857-1938) – Fundador do Partido Libertador gaúcho, advogado, escritor, diplomata, integrou a Junta Governativa Gaúcha em 1891, foi deputado, e ministro da Agricultura (1932). Candidatou-se à presidência do Estado, em oposição a Borges de Medeiros.

¹⁰ Borgistas ou Ximangos – Membros do Partido Republicano Rio-grandense, apoiadores do presidente do Estado, Borges de Medeiros

maragatos¹¹, respectivamente -, quando lutou em defesa do sistema republicano adotado pelo então presidente do Estado.

Figura 1 – Oswaldo Aranha (o 2º a partir da esquerda), em 1923, vestido como ximango



Fonte: LAGO, 2017, p.62

Seu regresso ao Rio Grande do Sul e o início de sua carreira como profissional do Direito propiciaram a aproximação com o também advogado Getúlio Dorneles Vargas¹². Partidários do mesmo grupo político, o PRR, quando do conflito entre borgistas e maragatos, Vargas recebeu instruções de enviar auxílio de tropas ao município de Itaqui, onde Aranha estava cercado por maragatos (VARGAS, A. 1960, p.20). Esta relação, misto de trabalho, política e admiração, que se estenderia por toda a vida de Getúlio, era classificada por Alzira Vargas¹³ como uma amizade profunda e cheia de idas e vindas.

A formação de ambos foi diferente. Um, Oswaldo, educado no mais estrito catolicismo, se tornou quase agnóstico. Getúlio, criado no positivismo, formado em um quase panteísmo, terminou católico. Oswaldo sempre teve formação europeia; Getúlio, somente continental, puramente e intrinsecamente americana. Era o máximo de sua extensão brasileira intransigente. No entanto, se acertavam e se entendiam. Oswaldo, fruto do matriarcado; Getúlio, essencialmente patriarcal. (VARGAS, A, 1958, *apud* LAGO, 2017, P. 160)

¹¹ Assisistas ou maragatos – Membros do Partido Federalista, apoiadores de Assis Brasil.

¹² Getúlio Dorneles Vargas (1882 – 1954) – Advogado e político, foi deputado estadual pelo RS duas vezes, deputado federal, ministro da Fazenda no governo de Washington Luís, governador do RS, senador e duas vezes presidente da República.

¹³ Alzira Vargas do Amaral Peixoto (1914- 1992) – Filha de Getúlio Vargas, formou-se Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito do Rio de Janeiro, arquivista particular do pai a partir de 1932 e auxiliar de gabinete da presidência da República. Casou-se com o oficial da Marinha, interventor do Rio de Janeiro e, posteriormente, diplomata, Ernani do Amaral Peixoto.

A despeito de ter iniciado carreira na área de sua formação, abrindo escritório de advocacia em Uruguaiana - RS, logo se mudou para Alegrete - RS, onde assumiu o cargo de Intendente do município entre 1925 e 1927, nomeado por Borges de Medeiros.

Mantendo-se na linha situacionista, foi eleito deputado federal em 1927/1928 pelo Partido Republicano Rio-grandense – PRR. Em seguida, assumiu a Secretaria do Interior e Justiça do Rio Grande do Sul de 1928 a 1930, na gestão do então presidente do Estado, Getúlio Vargas.

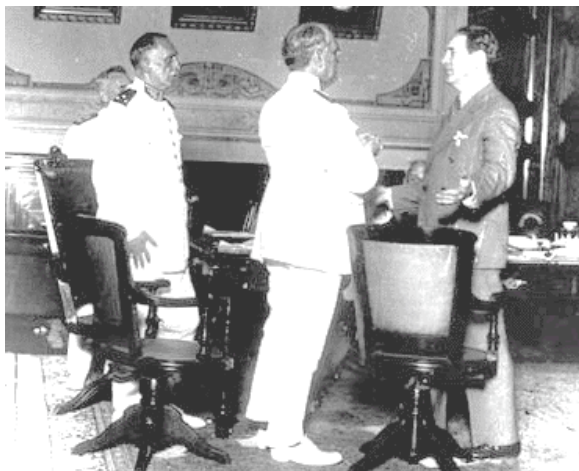
Ativo na defesa de seus ideais, Aranha foi um dos articuladores da Revolução de 1930 que levou Getúlio ao poder maior no Brasil. De acordo com Alzira, a atuação de Aranha era fundamental na organização do movimento.

A sede da Região, comandada pelo Gen. Gil de Almeida e Cel. Firmo Freire, já tinha sido ocupada por um golpe de astúcia e surpresa, por tropa da Brigada Militar e um grupo de civis sob a orientação de Oswaldo Aranha. (VARGAS, A., 1960. p. 55)

O sucesso da empreitada traria como resultado imediato, mais uma responsabilidade a Aranha: na decisão do chamado Estado Maior da Revolução, Vargas deveria seguir junto ao grupo em direção à então capital federal. Getúlio, como presidente do Rio Grande estaria ausente; seu vice-presidente, João Neves da Fontoura¹⁴, decidiu se juntar às tropas de apoio à Revolução, como soldado. Esse episódio, muitas vezes apresentado com outra versão, com João Neves se sentindo preterido por Vargas escolher Aranha, ainda traria desentendimentos futuros entre os personagens em questão. Independente de qual tenha sido a motivação que afastou Neves de seu compromisso como vice-presidente do Estado, a Oswaldo Aranha foi conferida a tarefa de assumir o Rio Grande do Sul, na ausência de sua autoridade maior.

¹⁴ João Neves da Fontoura (1887-1963) – Advogado, jornalista e diplomata, integrante do PRR, vice-presidente do RS, na chapa de Vargas. Articulador da Revolução de 1930, afastou-se do Governo e apoiou a Revolução constitucionalista de 1932. Reaproximou-se de Vargas e apoiou o Estado Novo. Foi ministro das Relações Exteriores nos governos Vargas (1946) e Dutra (1951 a 1953).

Figura 2: Oswaldo Aranha e a Junta Governativa de 1930, no Rio de Janeiro



Fonte: LAGO, 2017, p.106.

Figura 3: Oswaldo Aranha e a Junta Governativa de 1930 - Almirante Izaías Noronha¹⁵, General Menna Barreto¹⁶, General Tasso Fragoso¹⁷ - e o Ministro de Relações Exteriores, Afrânio de Melo Franco¹⁸



Fonte: Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=267341>, acesso em 3 de maio 2017

¹⁵ José Isaiás de Noronha (1874 – 1963) – Militar da Marinha (Almirante), integrou a Junta Governativa instaurada no Brasil após a Revolução de 1930. Com Getúlio no poder ocupou o cargo de ministro da Marinha.

¹⁶ João de Deus Mena Barreto (1874 – 1933) – General do Exército, integrante da Junta Governativa da Revolução de 1930. Foi interventor do Rio de Janeiro em 1931, e ministro do Supremo Tribunal Militar.

¹⁷ Augusto Tasso Fragoso (1869 – 1945) – General do Exército, integrou a Junta Governativa provisória de 1930, após a qual retomou suas atividades militares.

¹⁸ Afrânio Camorim Jacaúna de Otingi de Melo Franco (1870 – 1943) – Bacharel em Direito, promotor público, deputado estadual pelo Partido Republicano Mineiro, ministro da Viação (1918/1919), embaixador na Liga das Nações, ministro das Relações Exteriores (1930 a 1934), indicado ao prêmio Nobel da Paz em 1935 por sua atuação na resolução dos conflitos entre Bolívia e Paraguai, e Peru e Colômbia

A implantação do Governo Provisório após a deflagração da Revolução se deu com o apoio de dois grupos, temporariamente unidos e posteriormente antagônicos: os tenentes, e os políticos vinculados a grupos oligárquicos, por alguma razão, insatisfeitos com os rumos econômicos e políticos adotados pelo governo deposto de Washington Luís. Nesse contexto, em fevereiro de 1931, foi criado o Clube 3 de Outubro¹⁹, com o objetivo de divulgar as ideias e propostas dos tenentes para os novos caminhos do Brasil. Uma de suas proposições era o adiamento da reconstitucionalização do país e a consequente extensão do Governo Provisório.

As sementes de muitas das ações adotadas pelo Governo Vargas foram lançadas pelo Clube no ano de 1932, em cujo programa se fazia a defesa de:

[...] um governo central forte; da intervenção estatal na economia; da convivência da representação política de base territorial com a representação corporativa, eleita por associações profissionais reconhecidas pelo governo; da eliminação do latifúndio mediante tributação ou simples confisco; da nacionalização de várias atividades econômicas, como transportes, exploração dos recursos hídricos e minerais, administração dos portos etc.; da instituição da previdência social e da legislação trabalhista. (CPDOC, 2017²⁰)

Entre os nomes que compuseram a primeira diretoria do Clube, figurava Oswaldo Aranha como terceiro vice-presidente²¹.

Idealista e apaixonado pelo Brasil, Aranha, em relatório a Getúlio Vargas, demonstra sua preocupação em manter limpo o nome e a honra do país que defende, e a necessidade de que

¹⁹ Clube 3 de Outubro – Organização política criada em 1931 para defender os ideais e as conquistas da Revolução de 1930, ameaçadas pelos descontentes. Reunia militares, em maioria, e os denominados “tenentes civis”, simpáticos à causa.

²⁰ A Era Vargas: dos anos 20 a 1945 - **Clube 3 de Outubro**. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas/1/anos30-37/PaisDosTenentes/Clube3Outubro>>. Acesso em 3 maio 2017

²¹ Os nomes que formaram a primeira diretoria do Clube eram:

Presidente, Pedro Aurélio de Góis Monteiro (1889 – 1956) – Exerceu o comando militar da Revolução de 1930, ministro da Guerra (1934 a 1935) e Chefe do Estado Maior (1937 a 1943) durante o Estado Novo.

1º vice-presidente, Pedro Ernesto Rego Batista (1884 – 1942) – Médico, apoiador da Revolução de 1930, interventor do Distrito Federal, nomeado por Vargas. Foi preso em 1936, suspeito de participar da Intentona Comunista de 1935. A partir disso, passou a ser opositor declarado e fervoroso do Governo Vargas.

2º Vice-presidente, Hercúlio Cascardo (1900-1967) – Militar brasileiro, membro do Partido Socialista Brasileiro, e da ANL, interventor federal no Rio Grande do Norte,

3º Vice-presidente, Oswaldo Aranha;

Tesoureiro, Augusto do Amaral Peixoto (1901-1984) – Militar, deputado federal constituinte pelo Partido Autonomista, em 1933; eleito novamente em 1934 e 1935, em 1937 se declara contra a instauração do Estado Novo. Perde o mandato e volta às atividades na Marinha.

1º Secretário, Temístocles Brandão Cavalcanti (1899 – 1980) – Bacharel em Direito, participou da fundação do Partido Democrático de São Paulo, em 1926. Integrou a equipe do prefeito Pedro Ernesto, foi procurador do Tribunal Especial e, depois, consultor geral da República, por indicação de Vargas.

2º Secretário, Hugo Napoleão (1892 – 1965) – Advogado e jornalista, foi deputado estadual pelo Piauí, e, depois, deputado federal.

só pela economia, pela organização e o estabelecimento de acordos, que deviam ser respeitados, acima de tudo, é que o país poderia seguir seu caminho em direção ao desenvolvimento e ao progresso.

A experiência do exercício das mais árduas funções públicas, nesta época de transição, só veio robustecer a minha convicção de que só pelo caminho da economia e da ordem encontrará sua salvação o Brasil (Bahia Illustrada, 1933).

E, ainda,

O Brasil, porém, como tenho afirmado e repetido, será grande com a nossa vontade, sem a nossa vontade e até contra a nossa vontade.

A minha aspiração, Exmo. Sr. Chefe do Governo, era e ainda é de que essa grandeza, capaz de crescer por si mesma, fosse, em sua maior parte, obra das idéas dos homens da Revolução, daquela arrancada que o poder veio arrefecer mas que o povo e o tempo hão de renovar (Bahia Illustrada, 1933).

Muito presente na vida da família Vargas, Aranha mantinha-se leal ao amigo, dando-lhe apoio e assistência, e à sua família, em momentos de alegria e também de dificuldades provenientes da política, dos conflitos decorrentes dela. Sempre presente, sempre atento.

Alzira Vargas (VARGAS, 1960), filha e secretária, posteriormente chefe de gabinete de Getúlio Vargas – seu braço direito, como ela mesma gostava de se anunciar -, conta da presença de Aranha no convívio familiar. Essa aproximação se dava não apenas pelas afinidades entre os dois, mas porque a vida da família Vargas se misturava ao dia a dia das ações governamentais, uma vez que moravam no Palácio do Governo – prática adotada na época, como se comprova em seus relatos desde quando Getúlio foi governador do Rio Grande do Sul -, e socializavam com os políticos mais próximos ao presidente, seus filhos e esposas.

Sua lealdade não apenas aos princípios revolucionários e ao Brasil, mas, principalmente ao presidente Vargas era por ele reconhecida e apreciada, como mostra em carta escrita por Vargas, a seguinte declaração: “A nossa amizade é anterior à nossa existência; é uma tradição de família que nossos pais cultivaram com especial carinho e deve merecer o nosso acatamento e veneração...”. (CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEM, 1996, p. 92)

O homem que representava a autoridade máxima do país naquele momento se rendia ao companheirismo e à presença constante do amigo, em todas as esferas de sua vida.

Quando formamos nossos lares os laços existentes se mantiveram e reforçaram através da amizade dos nossos filhos e das nossas esposas. Juntos trabalhamos no Rio Grande e no cenário nacional...na vida privada e nas funções públicas. Empreendemos de comum acordo campanhas memoráveis e continuamos inseparáveis depois de as vencermos, mantendo uma

solidariedade resistente a todas as provas de suspeições e mal entendidos. (CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEM, 1996, p. 92).

E finaliza: “Habituei-me a ver em ti uma espécie de irmão mais moço, a quem aconselhava e cujos arremessos naturais de temperamento procurava conter” (CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEM, 1996, p. 92).

Essa relação tão próxima e, por isso mesmo, por vezes tão conflituosa foi descrita por Alzira Vargas com precisão:

Nunca vi duas figuras tão díspares se darem tão bem. Era uma espécie de concubinato político. Como brigavam, como se disputavam e como se ajudavam. Infalivelmente, um lamentava as falhas do outro assim que a oportunidade aparecia; um chamava o outro de ingrato sempre que podia. Era uma espécie de briga entre marido e mulher na qual ninguém podia se meter, mas somente ouvir e calar.

[...] No entanto, a diferença entre os dois era tão visível, tão clara. Oswaldo, alegre, falastrão, extrovertido, com ambições recalçadas, sonhos irrealizados. Getúlio, quieto, comedido, introvertido, ambições realizadas aparentemente, sonhos impossíveis. Porém, conversavam, se entendiam, se completavam. (LAGO, 2017, p.262)

O clima político que cercava o Brasil neste período era sobrecarregado de emoções, ressentimentos e algumas birras. Bem pareciam reações infantis de crianças que se aborreciam ao não receberem a atenção que desejavam. O caso da escolha do substituto de Olegário Maciel, recém-falecido governador de Minas Gerais, por Vargas, em 1933 dá uma ideia do que ocorria: o ministro da Fazenda Oswaldo Aranha, e o interventor do Rio Grande do Sul, Flores da Cunha²² nomes fortes da Revolução de 1930, indicaram, cada um seu candidato. Aranha, por amizade, escolheu o filho de Afrânio de Mello Franco, ministro das Relações Exteriores do Governo de então, Virgílio de Mello Franco²³. O General Flores da Cunha, por sua vez, indicou o interventor Gustavo Capanema²⁴ como a melhor opção.

Para o Chefe do Governo, para Getúlio, o impasse estava criado. Se mantivesse a promessa, não oficial – feita a Virgílio – Flores romperia as baterias no Rio Grande; e Capanema, com o grupo anti-Mello Franco mineiro, que era o Govêrno no momento o seguiria.

²² José Antônio Flores da Cunha (1880 – 1959) – Advogado e militar gaúcho, foi diversas vezes deputado estadual e federal, interventor do RS, depois governador eleito em 1935, filiado do Partido Republicano Rio-grandense. Atuou diretamente na Revolução de 1930, sendo fiel a Vargas até 1935. A partir daí começou a se indispor com o Governo.

²³ Virgílio Alvim de Mello Franco (1897-1948) – Bacharel em Direito, deputado estadual por Minas Gerais, 1922, pelo Partido Republicano Mineiro, apoiou a Revolução de 1930 e o Governo Vargas. Almejava ser nomeado interventor de Minas Gerais, em substituição a Olegário Maciel. Ao ser preterido por Vargas passou a ser oposição.

²⁴ Gustavo Capanema Filho (1900-1980) – Integrante da Aliança Liberal, político mineiro, ministro da Educação no Governo Vargas, de 1934 a 1945.

[...] Nomear Capanema em detrimento de Virgílio seria ferir os revolucionários históricos em cheio. Seria provocar entre Aranha e Flores da Cunha um rompimento espetacular de consequências morais e políticas imprevisíveis. (VARGAS, A. 1960, p. 142, 143)

Vargas, sempre sob pressão, e com receio de desagradar a um deles, decidiu pela terceira opção, até o momento inexistente: nomeou Benedito Valadares para ocupar o cargo. A rejeição aos nomes indicados provocou em Afrânio de Mello Franco, ministro das Relações Exteriores, e em Oswaldo Aranha, padrinho de um dos candidatos, ressentimentos e mudanças de postura: Mello Franco se solidarizou ao filho e deixou, de maneira irrevogável, o *staff* do Governo, motivo pelo qual Aranha pediu demissão do cargo de ministro da Fazenda, que ocupava desde o ano de 1931.

O rompante da demissão foi aplacado pela habilidade de Vargas em convencer o amigo, assim como o fazia com boa parte dos que o cercavam, a aceitar sua nova proposta: sua indicação para o cargo de embaixador do Brasil em Washington, nos Estados Unidos.

Figura de destaque nos jornais e revistas do Brasil, Oswaldo Aranha era presença certa nas publicações semanais, mensais ou diárias, em periódicos de diversos Estados. Sua história familiar, sua formação, e sua atuação como embaixador e ministro, dentre outros aspectos de sua vida, despertavam interesse e admiração.

Sua capacidade de conciliação e habilidade no trato com as mais diversas personagens do jogo político da época também foi ressaltada em inúmeras ocasiões. O exemplo da vez é a publicação de matéria sobre ele no jornal *Vida Carioca*, no ano de 1927, antes da Revolução, da Aliança Liberal e dos conflitos que se espalharam pelo país.

Quem percorre o Rio Grande do Sul, alheiado das batalhas partidárias que ali se travam fragorosamente, mas de forma cavalheiresca, ouve, não raro, pronunciar um nome assás popular em ambos os campos onde se degladiam os dois partidos adversos daquele opulento Estado.

É o do Dr. Oswaldo Aranha, político tolerante repleto de amizades, quer de um, quer de outro lado combativo, aliás sem quebra dos princípios que professa das fronteiras do situacionismo.” (*Vida Carioca*, 1927)

A *Brasil Revista*, publicada no Rio de Janeiro, no ano de 1939, traçou um perfil elogioso de Aranha, destacando sua inteligência e sua capacidade de realizar acordos que beneficiassem o Brasil. Este perfil, pode-se dizer, reuniu inúmeras características de Aranha, de maneira clara e bastante objetiva, mostrando qualidades e, até mesmo seus defeitos, como instrumentos a serviço do engrandecimento do Brasil.

A Revolução de 30 trouxe para o Brasil o concurso inestimável de alguns brasileiros que se revelaram capazes do exercício dos mais altos cargos de comando. Civis e militares foram postos à prova, e um pugilo deles afirmaram-se valores autênticos pela capacidade intelectual e pela probidade da acção. Entre eles está evidentemente o Sr. Oswaldo Aranha, o Chanceler do Brasil. A sua personalidade, desde os primórdios do movimento outubrista, apresentava-se com aquele panoche que lembra a figura de D'Artagan (sic).

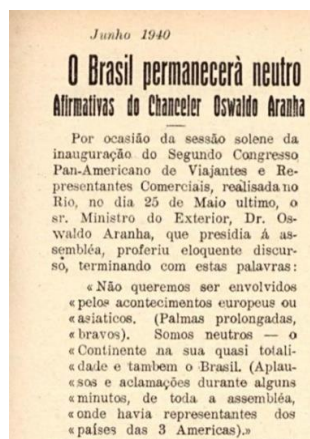
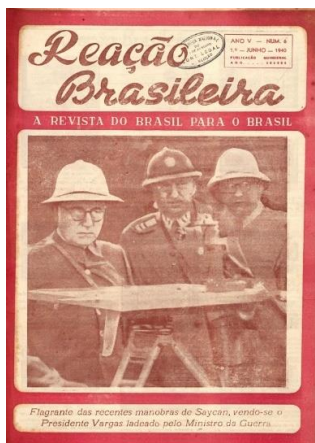
E triunphante a Revolução, o Sr. Oswaldo Aranha transporta-se a esta Capital, e, para logo, sente-se a magia de sua fascinação. E o nome de S. Ex. penetra a sympathia das massas. A inteligência aberta á compreensão da alma nacional. S. Ex. ausculta as aspirações do povo, ouve os seus reclamos, sente as suas necessidades, e a sua palavra e a sua acção, pautadas por uma franqueza rude, por sinceridade arrebatadora empolgam os espíritos, faz procelitos, e o apoio da Nação envolve o grande animador da arrancada de 1930.

A sagração que o Chanceler do Brasil acaba de receber de Washington, do mundo diplomático acreditado junto àquelle governo, das classes conservadoras e do povo norte-americano toca á nossa sensibilidade e atesta o poder de seducção do espírito do Sr. Oswaldo Aranha. O Embaixador da boa vontade realizou praticamente, com tino diplomático e os recursos mais nobres de sua inteligência privilegiada, uma obra notável de melhor aproximação e grande entendimento do Brasil com a poderosa Republica do Norte. (Brasil Revista, edição 0007(1), 1939)

Este é o tom elogioso do discurso, comum nas publicações acerca de Aranha ao longo de sua atuação como homem público. São periódicos do Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Bahia, entre outros, que tratam dos mais diversos temas.

Sua habilidade com as palavras impressionava. Em junho de 1940, uma nota na revista de publicação quinzenal, *Reação Brasileira* (Figuras 4 e 5) demonstra o fato:

Figuras 4 e 5: Capa da revista *Reação Brasileira*, ano V, nº 6, de junho de 1940. Nota publicada sobre afirmações de Oswaldo Aranha sobre a neutralidade do Brasil, p. 3.



Fonte: Revista *Reação Brasileira*, ano V, nº 6, 1940. Disponível em:
<<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=178985>>. Acesso em: 10 Out. 2017

O perfil revolucionário de Aranha também era ressaltado, juntamente com suas qualidades de conciliação e sua inteligência. A Revolução de 1930 não teria acontecido sem sua participação. Sua presença foi decisiva no movimento que deu apoio a Vargas e o alçou ao Governo Federal, a ponto de Aranha ser considerado a “Estrela da Revolução”, de acordo com as análises de Camargo, Araújo e Simonsen (1996).

Stanley (1994) corrobora com esta versão dos fatos

O movimento revolucionário de trinta foi gestado pela determinação e organização de Oswaldo Aranha. Getúlio afirmaria, tempos depois, que Aranha foi o grande “animador da Revolução”. Góes Monteiro resumiria o que todos os participantes sabiam: “Oswaldo Aranha era a alma do movimento” (STANLEY, 1994, p. 40)

Muitas são as facetas de Oswaldo Aranha destacadas ao longo da história: homem determinado, sincero na exposição de ideias e nacionalista. E, a despeito de ter tido pouco reconhecimento após a sua morte, e de ter sido relegado a segundo plano por Vargas, conforme salientam (CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEN, 1996; STANLEY, 1994) Aranha ocupava páginas inteiras dos periódicos, normalmente com textos elogiosos à sua pessoa, estilo também presente na correspondência dirigida a ele, como nas cartas que analisaremos ao longo desta tese.

Idealista, Aranha acreditava que a solução naquele momento político tão conturbado, era a revolução. Ele via o Brasil ameaçado por dois males: um fascismo medíocre ou um comunismo empírico. Desta forma, a única solução seria a democracia liberal. “Queremos um regime de liberdade e responsabilidade no qual os valores reais governem com o povo para seu engrandecimento e felicidade”. (CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEN, 1996, p. 73)

Classificado ora como conciliador, ora como articulador, dentre tantos adjetivos, Aranha, considerado como o herdeiro natural de Vargas e seu mais provável sucessor à frente do Brasil, nunca conseguiu levar adiante essa probabilidade.

Na segunda metade de 1936 já se discutiam os rumos políticos do Brasil quanto ao pleito eleitoral que se aproximava. Vargas decidiu não lançar um candidato à sua sucessão, deixando que os interessados se organizassem por si mesmos, sem o financiamento moral, político e financeiro do Governo Federal. Alguns nomes foram cogitados e se apresentaram como candidatos: Armando de Salles Oliveira²⁵, então governador de São Paulo, pela União

²⁵ Armando de Salles Oliveira (1887 – 1945) – Engenheiro civil, empresário, diretor do jornal O Estado de São Paulo, interventor do Estado, nomeado por Vargas. Pretendo candidato à presidência da República na campanha de 1938, quando instaurado o Estado Novo foi preso. Partiu depois para o auto-exílio na França e Estados

Democrática Brasileira - UDB²⁶; José Américo de Almeida²⁷, escritor e ex-ministro da Fazenda de Vargas; Plínio Salgado²⁸, líder da Ação Integralista Brasileira – AIB²⁹.

Dentre os possíveis candidatos Aranha era o que apresentava melhores condições de dar continuidade aos caminhos traçados pelo Governo Vargas, e chegou a cogitar essa possibilidade. Segundo o relato de Alzira Vargas: “Oswaldo Aranha, nosso embaixador nos Estados Unidos, sentiu que sua oportunidade de vir a ser presidente da República estava próxima. Deixara-se ficar no Brasil para estudar melhor suas possibilidades”. (VARGAS, A. 1960, p. 258)

A despeito do interesse e da familiaridade com todos os meandros do Governo, Aranha enfrentava uma situação singular: apesar de ser figura importante e do alto escalão, não poderia contar com o apoio do Governo, pois Vargas se colocara como moralmente impedido, uma vez que negara seu apoio a qualquer candidato. As dificuldades de obter apoio sem a indicação do presidente eram grandes, já que muitos também almejavam o cargo maior do país. Para conseguir a adesão no seu Estado, deveria se unir a grupos inimigos ou ligados a Flores da Cunha, com o qual já não compartilhava da mesma amizade de antes, desde o caso da escolha do governador mineiro. Mesmo após perceber que seu nome não teria apoio considerável, não foi este o fato que o fez desistir dessa empreitada. A situação internacional, com os conflitos instalados na Europa tornava sua presença na embaixada imprescindível. Assim, seu retorno aos Estados Unidos era inadiável.

Do posto de embaixador, que ocupou de 1934 a 1937, Aranha voltou ao Brasil, demissionário novamente, agora por discordar da implantação do Estado Novo, em novembro daquele ano. Era preciso honrar o compromisso assumido na Revolução de 1930 e deflagrar o processo democrático para a escolha do novo presidente da República.

Alzira Vargas aponta que

Unidos. Ao retornar participou da fundação da União Democrática Nacional – UDN, partido adversário de Vargas

²⁶ União Democrática Brasileira – UDB – Organização partidária criada em junho de 1937, cujo objetivo era dar apoio à candidatura de Armando Sales à presidência da República no pleito de 1938.

²⁷ José Américo de Almeida (1887 – 1980) – Advogado, escritor, promotor-geral e interventor da Paraíba, membro do Clube 3 de outubro e ministro dos transportes do Governo Vargas. Pretendo candidato à presidência da República, afastou-se de Vargas após a instauração do Estado Novo.

²⁸ Plínio Salgado (1895 – 1975) – Jornalista, escritor, fundador do Partido Republicano Paulista (PRP), da Sociedade de Estudos Políticos (SEP), e da Ação Integralista Brasileira (AIB). No período da Revolução de 1930 era contra Vargas. Com a vitória da Revolução, passou a apoiá-lo, objetivando em vão implantar no Brasil um governo integralista.

²⁹ Ação Integralista Brasileira – AIB – Agremiação política de ideologia fascista-nacionalista, criada em 1932 por Plínio Salgado. Seu lema era “Deus, pátria e família”. Foi fechada com a implantação do Estado Novo, levando seus membros a se colocarem como oposição ao governo atual.

Oswaldo Aranha chegara dos Estados Unidos, demissionário do cargo de embaixador e ligeiramente ressentido. Depois de algumas explicações e conversas com papai, novamente se acertaram. Não era, em absoluto, a primeira vez que se desentendiam, nem seria a última. Foram inúmeras as vezes que esses dois amigos, feitos para se completarem em seus defeitos e qualidades, brigaram e fizeram as pazes. Oswaldo, ao chegar, compreendera as razões da razão do Estado Novo e ficou aguardando os acontecimentos. (VARGAS, A. 1960. p. 349)

Assim, Aranha, que se demitiu por divergir dos caminhos escolhidos pelo Presidente, ao voltar foi convidado a assumir o Ministério das Relações Exteriores, onde permaneceu de 1938 a 1944, e em cuja função realizou ações de considerável importância para o estabelecimento de acordos políticos e comerciais, e a valorização do Brasil principalmente junto aos Estados Unidos e à América como um todo. (VARGAS, A. 1960; VARGAS, A. 2017; CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEN, 1996; NETO, 2013; MINELLA, 2013)

Mais uma vez, Vargas o convenceu dos perigos existentes à época, com as ameaças de tomada de poder pelos comunistas. O Plano COHEN³⁰, cuja veracidade foi contestada posteriormente, foi o motivo que faltava para a instauração do governo ditatorial no Brasil. Getúlio argumentou, ainda, que a mudança da Constituição fora um mal necessário, e esclareceu que não havia naquelas medidas a intenção de rompimento com os Estados Unidos e, muito menos, de adesão aos grupos nazifascistas. Havia, sim, a necessidade da permanência de Aranha para que se estabelecesse uma aproximação permanente com os norte-americanos.

O perfil conciliador de Oswaldo Aranha, e suas habilidades no trato das questões políticas e econômicas foram características reconhecidas por seus amigos, por seus inimigos, e por aqueles que travavam negócios com o Governo de Vargas. Certamente, foi sua índole que exerceu poder de atração sobre os mais diversos tipos de pessoas, no Brasil e no exterior. É, juntamente com seu espírito aberto e de boa receptividade, aliado à sua influência nos diversos escalões do Governo, o fator que justifica o endereçamento das cartas a que nos referimos nesta tese, ao embaixador do Brasil nos EUA, ao ministro da Fazenda, ao ministro das Relações Exteriores.

³⁰ Plano Cohen – Documento atribuído à Internacional Comunista, onde constava um suposto plano para derrubada do Governo Vargas e a tomada do poder pelos comunistas locais. Anunciado em setembro de 1937 pelo então Chefe do Estado Maior do Exército, General Góis Monteiro, o Plano serviu como justificativa para a implantação do Estado Novo. Anos depois se comprovou que não era verdadeiro.

2.2 Aranha: perfil multifacetado

No arquivo da correspondência política de Oswaldo Aranha, foram identificadas 31 cartas em que a atividade turística, a propaganda e o patrimônio são abordados. É provável, no entanto que existam muitas outras, porém, a seleção do material se deu por meio da identificação por palavras-chave. Dentro desse universo há missivas datadas a partir de 1931, contudo, é a partir de 1937, que se intensificam os pedidos para que se criem meios eficientes de divulgação do Brasil nos Estados Unidos.

Os remetentes insistiam e demonstravam, por meios de relatos de casos, a ignorância que os norte-americanos tinham, não só em relação à América Latina, mas especificamente ao Brasil. Destacavam a percepção de diversos outros países, mais especificamente 28, ao implantarem seus escritórios em Nova York, e o quanto isso significava para a economia deles, a ponto de alguns terem até seis escritórios em funcionamento na mesma cidade, o que certamente ratificava a percepção da importância da atividade turística para o crescimento econômico almejado por todos.

Vale evidenciar que ao se tratar da implantação do bureau de informações turísticas ou da agência de propaganda brasileira em Nova York, está se falando, na verdade, da atividade turística e todo o seu sistema de funcionamento, que engloba, desde a venda das passagens – por mar, por terra ou pelo ar –, e a organização de toda infraestrutura necessária, desde hotéis, restaurantes, atrativos turísticos (naturais e culturais), patrimônio histórico, aeroportos, estradas, clubes, cassinos, entre outros. Percebe-se, então, que, sendo atendidas, as demandas apresentadas divulgariam o Brasil, além do pitoresco, o Brasil das possibilidades, o Brasil do lazer, das belezas naturais, da música, da história, e dos negócios. Um país que, tendo muito que apresentar, ainda era detentor de um povo alegre e hospitaleiro. Essa imagem, certamente traria bons frutos para a economia e para o Governo Vargas em geral. Para alcançá-la Vargas adotou os mais diversos elementos como ferramenta política, assim o foi com a tríade Turismo-Propaganda-Patrimônio, ao longo dos 15 anos do seu governo abordados nesta tese,

O escritor Lira Neto, autor da trilogia sobre a vida de Getúlio Vargas, aponta que, além da intenção de captar o capital norte-americano para utilizá-lo na indústria de base e na construção de uma siderúrgica nacional, e obter as condições e o material necessários para o rearmamento militar do Brasil, havia uma clara intenção de desenvolver a Indústria do Turismo. (NETO, 2013, p. 315).

As demandas de Vargas quanto à siderurgia nacional foram amplamente defendidas por Aranha junto ao Governo norte-americano. O momento político internacional e a posição geográfica do Brasil facilitaram um entendimento futuro acerca desta questão. A fragilidade das Forças Armadas brasileiras, assim como as alterações na política externa do Estado Novo deixava entrever a possibilidade de aqui se estabelecer uma espécie de portal de livre acesso aos nazistas e simpatizantes.

Fazendo bom uso da oportunidade, ao saber do convite do presidente Roosevelt³¹ a Oswaldo Aranha para que este fosse vê-lo em Washington, Vargas, não apenas permitiu como enviou com farta documentação elaborada pela Seção de Estudos Econômicos e Financeiros do Ministério da Fazenda, contendo dados econômicos e sociais sobre o Brasil, a partir de relatórios dos outros Ministérios. Compondo o volume, constavam as condições mínimas para a aliança que interessava a ambos, mas muito mais à América do Norte. Dentre eles estavam “[...] desde financiamentos para obras de infraestrutura à solicitação de equipamento militar em troca de matérias-primas nacionais” (NETO, 2013, p. 352).

As negociações superaram esses pedidos e, por intermédio de Oswaldo Aranha, o Brasil recebeu um crédito de 19,2 milhões de dólares para liquidar suas dívidas comerciais, e a promessa de adquirir 50 milhões de dólares para a criação de um Banco Central no Brasil. Em contrapartida os Estados Unidos queriam que o Brasil retomasse o pagamento da dívida externa, suspenso desde a implantação do Estado Novo. Com o avanço das negociações, mais o Brasil criava laços com os norte-americanos, e lentamente se distanciava de seus adversários (VARGAS, A. 1960; VARGAS, A. 2017; CAMARGO, ARAÚJO, SIMONSEN, 1996; NETO, 2013; VARGAS, L.S., 1988; MINELLA, 2013).

A política externa não era o único desafio a ser vencido. As discordâncias internas também existiam e colocavam em lado oposto ao de Aranha, figuras de peso e influência no Governo Vargas: os Generais Dutra³² e Góis Monteiro, simpatizantes declarados da potência bélica alemã não mediam palavras para desvalorizar os esforços da Missão Aranha. Eram antagonistas da política de aproximação com os Aliados, e, consequentemente, antagonistas de Aranha.

³¹ Franklin Delano Roosevelt (1882 – 1945) – 32º presidente dos Estados Unidos, seu mandato foi de 1933 a 1945. Implantou uma série de programas para recuperação da economia norte-americana, o chamado *New Deal*. Durante o seu governo ocorreu a Segunda Guerra Mundial.

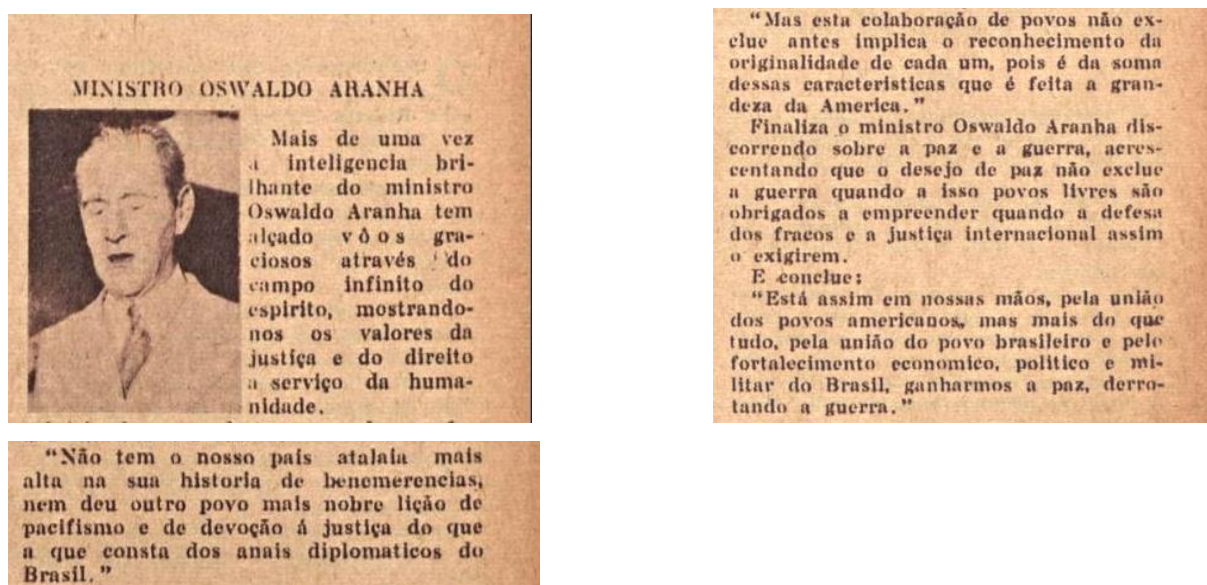
³² Eurico Gaspar Dutra (1883 – 1974) – Militar, General do Exército, esteve presente no Governo Vargas como ministro da Guerra (1936 – 1945). Presidente da República (1946 – 1951).

Sua nomeação como primeiro nome no Itamaraty, a despeito de todas as suas credenciais, teria gerado certa surpresa, uma vez que Vargas, simpatizante das “doutrinas fascistas” seria o exato oposto do homem de princípios democráticos e partidário dos ideais norte-americanos. Essa diferença se esmaecia quando o assunto em questão era a união dos países latino-americanos.

Segundo Teixeira Soares (1980), os dois comungavam do mesmo objetivo: “Nessa apreciação da “globalidade latino-americana”, o Presidente Getúlio Vargas e seu Chanceler Oswaldo Aranha irmanavam-se na visão realista de que cumpria aglutinar os países latino-americanos numa grande causa: a Concórdia pan-americana”. (TEIXEIRA SOARES, 1980, p.17).

As notas com depoimentos de Aranha acerca do pan-americanismo eram, mais do que nunca, frequentes na mídia impressa.

Figura 6: Fragmentos de nota publicada na Revista Vamos Lêr!



Fonte: Revista Vamos Lêr!, ano VI, nº 235, p. 60, 1941. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=183245&pasta=ano194&pesq=OswaldoAranha>. Acesso: 30 out..2017.

Sobre o pan-americanismo, defendido firmemente pelo ministro de Relações Exteriores, no ano de 1943:

A união da vontade das nações não se alcança pela subordinação e sim através de um processo de persuasão e de evolução política, religiosa e espiritual. A união das Nações da América é uma resultante histórica dessa consciência. Todos estamos convencidos da necessidade dessa união porque sabemos que os povos desunidos são reduzidos à escravidão. A Europa, a Ásia e a África são exemplos angustiosos da tragédia que a desunião pode criar. E nós nos unimos cada povo dentro de suas

fronteiras e todos os povos do continente, para a defesa de nossas terras e de nossas tradições. (O Campo -RJ,1943,p.11).

Enquanto ocupou o Ministério das Relações Exteriores, Aranha promoveu uma política de aproximação do Brasil com os Estados Unidos, por meio de acordos comerciais entre os dois países, e o apoio, gradualmente conduzido, do Governo brasileiro aos países aliados, no período da Segunda Guerra. Deflagrada a Guerra, em 1939, Aranha se posicionava em favor de uma aliança com Roosevelt.

Em suas tentativas para reconduzir o Brasil ao caminho da redemocratização, Aranha aproveitou a oportunidade da Conferência dos Chanceleres³³, realizada no Rio de Janeiro, de 15 a 28 de janeiro de 1942 para que Vargas aceitasse se afastar dos países do Eixo³⁴ e apoiasse os Aliados³⁵. Objetivo alcançado apenas no último dia da conferência.

As referências encontradas sobre Oswaldo Aranha, curiosamente parecem descrever pessoas diferentes. Esse perfil oscila, como um pêndulo, entre o Aranha conciliador, o revolucionário, o temperamental, o idealizador, o equilibrado, o idealista. É possível que a relação muito próxima com Vargas tenha deixado transparecer suas particularidades e emoções, uma vez que Getúlio tratava os mais próximos com certo ar paternal. Alzira já anunciava que “Todo mundo deixava de ser adulto junto dele” (VARGAS, A. 2017, p. 440).

Essa relação político-paternal já foi identificada ao longo das pesquisas nesta tese, e pode ser constatada na análise dos fatos conflituosos que perpassaram as escolhas de Vargas junto a seus seguidores. Um jogo de emoções e vontades onde a contemporização era pouco apreciada, salvo pelo próprio presidente.

Diante desta observação, pode-se compreender de que forma a imagem de Oswaldo Aranha foi sendo construída, baseada, entre outras coisas, na amizade e nos conselhos paternais de Getúlio, assim como de suas imposições, como se o fizesse a um filho ou irmão mais novo; no receio dos adversários pelo perigo que Aranha representava, não só por sua competência, mas por todas aquelas características que citamos há pouco e que formavam a sua personalidade.

³³ Conferência de Chanceleres ou Reunião dos Chanceleres, foi convocada pelos Estados Unidos após o ataque a Pearl Harbor. O objetivo dessa, que era a III Reunião de Consulta dos Ministros das Relações Exteriores das Repúblicas Americanas, era a aprovação, por unanimidade, do rompimento de relações diplomáticas e comerciais com os países do Eixo.

³⁴ Eixo – Grupo de países de ideologia autoritária, deflagradores do conflito mundial que ocorreu entre 1939 e 1945 – Alemanha, Itália e Japão

³⁵ Aliados – Países que se opuseram ao Eixo, lutando contra os infortúnios provocados por eles na Segunda Guerra Mundial. Venceram a Guerra: Estados Unidos, Reino Unido e a antiga União Soviética

Uma pesquisa pelos jornais da época mostra a imagem de Aranha junto ao público e à mídia, tamanha a quantidade de elogios à sua pessoa e à sua atuação nos cargos que ocupou. Sua representatividade e credibilidade eram tão significativas que chegou a ser chamado de primeiro-ministro, como se vê a seguir. (Figura 7).

Figura 7: Matéria de capa sobre o futuro embaixador do Brasil nos EUA.



Fonte: Jornal Vida Carioca, nº 101, ano 1934, p.1. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=156574&PagFis=1513&Pesq=Oswaldo%20Aranha>. Acesso: 30 Out. 2017.

A opinião de Vargas a respeito de Aranha pode ser captada por meio das cartas que trocavam, nas quais se misturam declarações de amizade e reconhecimento político e profissional.

Considerando o ambiente de intrigas, incertezas e brigas de bastidores, um perfil apenas seria insuficiente para sobreviver. Aranha atuou em diversas frentes no Governo Vargas, e de acordo com a idade, a experiência e a responsabilidade do cargo que ocupava, deixava transparecer uma ou outra de suas características. Ele era cada uma dessas facetas, e todas juntas, sem chegar ao desequilíbrio. Salvo pelos contínuos pedidos de demissão, que, ao que parece eram moeda de barganha não apenas dele, mas de outros ministros do Governo Vargas.

O jornalista Plínio de Abreu Ramos, em entrevista publicada no jornal *O Semanário*, em 1958, captou a essência de Oswaldo Aranha e o definiu como “o revolucionário franco e temperamental da conspiração de 1930, em que a ideia de liberdade transfigurava num plano lírico e inadequado de aperfeiçoamento da estrutura política brasileira”.

Muito além desse perfil revolucionário e temperamental retratado aqui no Brasil, sua capacidade conciliadora e seu potencial de negociação eram constatados por aqueles que o conheciam. Sua competência não era questionada por aqueles com quem trabalhou e se relacionou durante a carreira diplomática.

Defensor dos ideais do pan-americanismo era atuante nas conferências e negociações a respeito da união dos povos americanos. Era um entusiasta. Segundo matéria publicada no periódico *O Campo*³⁶, Aranha declarou, após a Conferência dos Chanceleres, ocorrida em janeiro de 1943:

A união da vontade das nações não se alcança pela subordinação e sim através de um processo de persuasão e de evolução política, religiosa e espiritual. A união das Nações da América é resultante histórica dessa consciência. Todos estamos convencidos da necessidade dessa união porque sabemos que os povos desunidos são reduzidos à escravidão. A Europa, a Ásia e a África são exemplos angustiosos da tragédia que a desunião pode criar. E nós nos unimos cada povo dentro das suas fronteiras e todos os povos no continente, para a defesa de nossas terras e de nossas tradições. (O Campo, ed.0160, ano 1943, p.11)

Esse modo de tratar as questões políticas e econômicas, buscando de certa forma proteger e beneficiar o Brasil conquistou o respeito e a admiração de muitos e a inimizade de alguns.

Em sua trilha pelo panamericanismo, foi convidado a assumir a presidência da Sociedade Amigos da América, entidade criada em janeiro de 1943, com o objetivo de defender os ideais democráticos, na esteira das ideias defendidas pela União Panamericana. A solenidade de posse ocorreria em 10 de agosto do mesmo ano. Porém, na véspera, por ordem do Chefe de Polícia, Coriolano de Góes, o Automóvel Club, onde ocorreria o evento foi invadido e teve sua sede fechada pela polícia. Aranha sentiu-se desrespeitado, não apenas pela importância que atribuía à entidade, mas por ser ele o presidente da associação. Esperou um posicionamento do amigo e presidente da República, uma reprimenda aos que se empenharam na empreitada, mas nada ocorreu. Diante do silêncio, decidiu-se e pôs termo a sua atuação no Itamaraty. Este foi o estopim para sua demissão, irrevogável, e seu afastamento do Governo Vargas.

³⁶ Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=083291> Acesso em: 20 out 2017

As demonstrações de apreço e os lamentos por seu afastamento definitivo do Ministério das Relações Exteriores, em 1943/1944³⁷, deixam evidente a deferência com que era tratado fora do seu país.

Cansado das artimanhas e das jogadas políticas de Vargas, lançadas numa espécie de jogo de xadrez, com passos calculados, cujo objetivo único era derrubar o adversário e evitar ser derrubado, independente das “peças” a serem sacrificadas, Aranha se reconhece como um perigo para muitos, apesar de ser profundamente útil aos interesses desse mesmo grupo. Ao cobrar uma postura de valorização e respeito do presidente da República, o faz cobrando ao amigo. Essa relação confusa e quase consanguínea pauta sua trajetória no governo Vargas, a quem era leal, mas não subserviente.

Sua saída do Itamaraty gerou manifestações de solidariedade e a exploração da notícia pela imprensa internacional, questionando se seu afastamento significava mudanças na política de Vargas em relação aos Estados Unidos.

Segundo Teixeira Soares (1980, p.142): “Oswaldo Aranha largara o Itamaraty, brigado com o presidente, que assim perdeu seu melhor e mais arguto conselheiro”. O autor prossegue, destacando que, sua saída deixara um flanco aberto para que os planos para a derrubada de Vargas tomassem vulto e se concretizassem em breve.

Ao retomarmos a questão das cartas sobre as quais esta tese se desenvolve, após os fatos aqui apresentados, é possível vislumbrar a quem essa correspondência se dirigia: muito mais que ao embaixador ou ao ministro das Relações Exteriores, endereçavam-se ao homem apaixonado pelo Brasil, ao negociador, ao amigo do presidente, ao democrata, que gozava das benesses de viver sob a ideologia norte-americana e que, também por isso, poderia trazer ares de modernidade à economia e à política brasileiras, dentre as quais turismo e propaganda se destacam.

³⁷ A data apresentada se justifica por uma incongruência encontrada nas fontes: os jornais da época apresentam notícias, matérias e notas em que Aranha sai do Ministério de Relações Exteriores no ano de agosto de 1944, ao passo que, a bibliografia consultada aponta a data de 1943.

3 AS CARTAS, OS ENREDOS E SEUS PERSONAGENS

A pesquisa sobre a relação Turismo e Patrimônio durante o Estado Novo, proposta inicial desta tese - cujo recorte temporal foi ampliado para abranger a Era Vargas, de 1930 a 1945, e foi acrescentado o elemento Propaganda às pesquisas - apresentou um caminho tortuoso e repleto de lacunas dadas as dificuldades encontradas na pesquisa de campo. Ou havia falta de documentação ou o registro dos dados era feito de maneira equivocada e incompleta, ou, ainda, com informações desencontradas, abordagens que passavam ao largo da aproximação existente entre essas atividades no período estudado. Foram muitas as tentativas de se obter material coeso e consistente.

Com os embaraços encontrados e a constatação de que os dados necessários à pesquisa existiam, porém, não com a denominação e/ou localização adotadas normalmente nas buscas sobre a convergência de Turismo e Patrimônio, foi necessário mudar a estratégia de pesquisa e ampliar a investigação. Desta forma, e, tendo como base a extensa bibliografia consultada, referente aos temas em questão - normalmente abordados separadamente -, foram localizadas cartas endereçadas a Oswaldo Aranha, figura que, até então, aparecia apenas como coadjuvante ou sequer aparecia, nas consultas feitas por meio das palavras-chave comumente utilizadas nas buscas sobre as áreas estudadas.

A despeito de o objeto da pesquisa se manter o mesmo, o caminho a ser trilhado agora era diferente, mais extenso e escorregadio: trabalhar na perspectiva de tratar a relação turismo-patrimônio sob os comandos do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, que controlava praticamente todas as ações de comunicação e cultura no País durante o Estado Novo, ou até mesmo antes dele, passou a ser encarado como algo menos assustador diante do novo itinerário, agora maior e com mais elementos a serem analisados.

O acesso aos arquivos da correspondência política de Oswaldo Aranha trouxe o elemento que faltava para a compreensão dos acontecimentos da época, cuja existência já se conhecia, porém não se dava a devida importância: a Propaganda.

A partir de então a pesquisa tomou outro talhe, tornando-se mais robusta e complexa. Agora, trabalha-se com a tríade Turismo-Propaganda-Patrimônio, em que cada um desses elementos foi usado com objetivos políticos, fosse para se construir e manter uma imagem positiva do Governo Vargas, fosse para proporcionar a realização de negócios com outros países, ou até mesmo para se projetar internacionalmente. Cada uma dessas opções teve sua devida importância, separadas ou juntas, para o desenvolvimento da atividade turística, a valorização

do patrimônio e a divulgação das riquezas paisagísticas, históricas e culturais do Brasil na Era Vargas, por meio da propaganda.

O conteúdo das cartas recebidas e algumas enviadas por Oswaldo Aranha demonstra não apenas a importância que Turismo, Propaganda e Patrimônio tiveram naquela conjuntura, mas deixa entrever o que essa tríade representava para as modernas democracias, detentoras do capital financeiro. Mais do que isso, as cartas revelam personagens periféricos, a relação entre Vargas e Oswaldo Aranha, a suposta relação entre a criação do DIP e a atividade turística, o papel do Touring Club do Brasil, e o pan-americanismo como fatores impulsionadores do Turismo na América Latina.

É importante destacar que as duas primeiras áreas, Turismo e Propaganda, aparecem nas cartas em destaque e com maior clareza. No entanto, a importância das ações do Patrimônio se evidencia nas entrelinhas da correspondência, nas publicações de revistas sobre o Brasil, nos Estados Unidos, nos guias das exposições mundiais das quais o Brasil participou, a exemplo da Exposição Universal de Nova York, em 1939/1940, em que se vê claramente, no pavilhão do Brasil, a divulgação da cultura, da história e das belezas naturais do país. Ao longo deste trabalho será possível perceber que, mesmo que o patrimônio não se apresente com a mesma força que turismo e propaganda, nos documentos de Oswaldo Aranha, sua presença é inquestionável nas ações efetivas de divulgação do Brasil, para os brasileiros e para os estrangeiros – de dentro pra fora, de fora pra dentro.

Quanto às cartas, é certo que os proponentes se valiam da facilidade de acesso a Oswaldo Aranha, enquanto ministro da Fazenda, embaixador ou ministro das Relações Exteriores, também em busca da realização de seus interesses particulares. Não havia, como não há nos dias de hoje, o total desprendimento em relação aos ganhos financeiros, movidos por qualquer idealismo. Porém, eram propostas de negócios a serem implementados, e que supostamente colocariam o Brasil em igualdade de condições – ou quase isso - com o progresso vivenciado na América do Norte e na Europa. Era tempo de se modificar a imagem do país, e dar a ela ares de modernidade.

Independente de para qual lado pendesse o Brasil, para a democracia ou para a ditadura, claramente representadas mais adiante pela configuração Eixo *versus* Aliados durante a Segunda Guerra Mundial, os dois lados faziam uso da tríade Turismo-Patrimônio-Propaganda para incrementar sua economia, valorizar sua cultura e expandir seus negócios. Era, juntamente com a industrialização, a prática recorrente naquele período.

Este fato pode ser constatado pela realização das feiras internacionais e pelo número de escritórios de informação dos países instalados na cidade. Vale salientar que as cartas se referem a esses escritórios como sendo de informações, e não de representação diplomática ou política.

3.1 O que revelam as cartas

O Brasil das primeiras décadas do século XX era um país repleto de novidades, movimentos culturais, inovações, lazer e turismo. Dentre outras coisas, as mudanças no cenário político e financeiro, faziam parte de um país que atravessava grandes mudanças.

Tomando como marco o ano de 1922 e a Semana de Arte Moderna, a década de 1920 reuniu acontecimentos memoráveis para a cidade do Rio de Janeiro, então capital da República e, conseqüentemente, para a maior parte do país. A inauguração de grandes hotéis, como o Hotel Glória, o Hotel Balneário – que depois se tornaria o Cassino Balneário da Urca, e a inauguração do Hotel Copacabana Palace, em 1923 teriam participação direta nas transformações que viriam a seguir. (VIEIRA, 2014; NEVES, 2009; CASTRO, 2005; BOECHAT, 1998)

Esta foi a década da Exposição Universal do Rio de Janeiro, evento realizado em comemoração ao centenário da Independência do Brasil (1922), onde cerca de 10 mil expositores ocupavam os diversos pavilhões, dos quais 15 eram estrangeiros, espalhados pela Feira.

Os anos seguintes trouxeram a criação da Sociedade Brasileira de Turismo – SBT -, depois denominada de Touring Club do Brasil, e o lançamento da Revista Brasileira de Turismo, primeira publicação nacional voltada para este tema. Além da abertura de hotéis e cassinos nas capitais do país, era chegado o tempo das companhias aéreas: Condor Syndikat, subsidiária da companhia aérea alemã Lufthansa, foi a primeira. Logo em seguida vieram VARIG, NYRBA, Pan Am, VASP, entre outras. O país estava em ebulição: novo governo, as paixões políticas à flor da pele, e uma aproximação comercial que em alguns anos se transformaria em parceira de negócios e de ideais entre Brasil e Estados Unidos.

É nesse cenário que encontramos os personagens que transitam por esta tese, e os documentos primários que dão suporte à análise de suas ações. Oswaldo Aranha, ideólogo do movimento

revolucionário de 1930, ministro, embaixador, conciliador e negociador é o ponto que liga todos os documentos, fatos e personagens presentes neste estudo.

A documentação analisada nesta tese integra o extenso conjunto da correspondência política de Oswaldo Aranha, do qual se extraiu uma pequena fração, que reflete anseios e conflitos existentes em parte da Era Vargas. As referidas cartas receberam um código de identificação, apresentado no Quadro 1, logo após sua apresentação, para reconhecimento em citações posteriores.

Quadro 1: Códigos de identificação da correspondência política de Oswaldo Aranha

AS CARTAS E OS CÓDIGOS DE IDENTIFICAÇÃO		
Código original (CPDOC/FGV)	Remetente/Destinatário	Código atual
OAcp 1931.02.00/2	Tomaz Oscar Pinto da Cunha Saavedra/ Oswaldo Aranha – Ministro do Interior e da Justiça	C.01/31
OAcp 1931.03.14/3	Carlos Sylla/ Oswaldo Aranha - Ministro do Interior e da Justiça	C.02/31a
		C.02/31b
OAcp 1931.08.17/4	Ernest Otto Meyer/ Oswaldo Aranha - Ministro do Interior e da Justiça	C.02/31c
OAcp 1933.04.03	João B. Veríssimo/ Oswaldo Aranha - Ministro da Fazenda	C.03/31
OAcp 1934.12.29	Angelo Orazi/ Oswaldo Aranha – Embaixador do Brasil nos EUA	C.04/33
OAcp 1935.02.14	Angelo Orazi/ Oswaldo Aranha – Embaixador do Brasil nos EUA	C.05/34
OAcp 1935.02.14 (anexos)	Angelo Orazi/ Oswaldo Aranha	C.06/35a
		C.06/35b
		C.06/35c
		C.06/35d
		C.06/35e
		C.06/35f
		C.06/35g
		C.06/35h
OAcp 1936.07.17	Oswaldo Aranha/ João Carlos de Macedo Soares (Ministro de Relações Exteriores)	C.07/36a
	Oswaldo Aranha/ João Marques dos Reis (Ministro de Viação e Obras Públicas)	C.07/36b
OAcp 1936.08.07	Francisco Silva Júnior/ Oswaldo Aranha – Embaixador do Brasil nos EUA	C.08/36
OAcp 1936.09.08	Francisco Silva Júnior/ Oswaldo Aranha – Embaixador do Brasil nos EUA	C.09/36a
	Francisco Silva Júnior/ Getúlio Vargas	C.09/36b
	Francisco Silva Júnior/ Oswaldo Aranha	C.09/36c
OAcp 1937.05.21	Oswaldo Aranha/ Getúlio Vargas	C.10/37a
	Francisco Silva Júnior/ Arthur de Souza Costa – Ministro da Fazenda	C.10/37b
	Oswaldo Aranha/ Arthur de Souza Costa	C.10/37c
	Empresário da área do café – nome ilegível/ Oswaldo Aranha	C.10/37d
	Francisco Silva Júnior/ Oswaldo Aranha	C.10/37e
OAcp 1937.05.05	Rafael Correia de Oliveira/ Oswaldo Aranha	C.11/37
GVc 1937.08.31/2	Oswaldo Aranha/Getúlio Vargas	C.12/37
OAcp 1937.09.08	Eduardo Gomes/Oswaldo Aranha	C.13/37a
	Oswaldo Aranha/Eduardo Gomes	C.13/37b
	Maxwell Jay Rice/ Oswaldo Aranha	C.13/37c
	Eduardo Gomes/ Oswaldo Aranha	C.13/37d
OAcp 1937.11.29	John A. Bravo Palma/ Oswaldo Aranha	C.14/37
OAcp 1938.11.08	Charles Stuart/ Mário Pimentel Brandão	C.15/38

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração: Andrea Vianna

3.2 Nas entrelinhas

A primeira das cartas selecionadas é do Barão de Saavedra, escrita em fevereiro de 1931(C.01/31). Tomás Oscar Pinto de Saavedra, militar e empresário português, diretor do Banco Boa Vista e também da Companhia Hotéis Palace, dirige-se ao então ministro da Justiça, Oswaldo Aranha, para expressar sua indignação quanto ao fechamento dos cassinos ocorrida no governo do presidente Washington Luís (1926-1930).

Ao apresentar um levantamento da atuação dos hotéis do grupo que dirigia - Copacabana Palace, Hotel Glória e Palace Hotel, no Rio de Janeiro – durante o período de 1923 a 1930, Saavedra revela um intenso fluxo turístico, responsável pela prosperidade na cidade. Em contraposição, argumenta que a proibição dos cassinos é a causa incontestada de sua decadência.

Ao fazer um levantamento do número de funcionários dos hotéis da Companhia, e, principalmente do número de hóspedes registrados, estabelece-se uma comparação entre os períodos com e sem o funcionamento dos cassinos, ficando claro que a ausência do jogo, legalizado no Brasil em determinado período, representava uma perda significativa, não apenas para os hotéis, mas para o comércio em geral. Dentre seus argumentos para solicitar ao ministro que intercedesse junto a Getúlio Vargas pela reabertura dos cassinos no Brasil, estavam a ilegitimidade da suspensão, uma vez que o Copacabana Palace Hotel foi construído a partir de uma negociação com o presidente Epitácio Pessoa, na qual estava incluso o funcionamento do cassino. Desta forma, vê-se a ilegalidade e a rescisão de um contrato firmado anteriormente, sem que houvesse quaisquer motivos que a justificassem.

A partir da carta de Saavedra é possível estabelecer o cenário no qual se desenvolvia a atividade turística no Brasil do início dos anos 1930. A associação entre o hotel e o cassino assegurava a presença de hóspedes que vinham também do exterior para desfrutar desta modalidade de lazer, muito em voga nessa época, não só no Brasil, mas em outros países da América Latina, como Argentina, Uruguai, Chile, entre outros.

Em 14 de março de 1931, registra-se nova comunicação para o Oswaldo Aranha, ministro do Interior e da Justiça para tratar de questões preocupantes relacionadas à primeira empresa aérea de capital nacional, a VARIG. Neste arquivo estão presentes três comunicações: a de Carlos Sylla para Oswaldo Aranha (C.02/31a); a de Luís Aranha, o Lulú, para seu irmão Oswaldo (C.02/31b); e a de Carlos Sylla para o Secretário de Interior do Rio Grande do Sul, Sr. Sinval Saldanha, enviada em cópia para Oswaldo (C.02/31c).

A carta apresenta as apreensões do engenheiro Carlos Sylla, que escreve a Aranha se queixando sobre a situação da VARIG, relatada a ele o ano anterior, porém, sem resposta. Sylla acusa Otto Ernest Meyer, fundador e diretor da VARIG de se aproveitar da boa fé de Aranha e dele próprio para ter regalias junto ao governo do Rio Grande do Sul. De acordo com o remetente, a Varig não cumpriu sua parte no acordo feito com o Estado, pelo qual se tornaria a empresa aérea oficial do Rio Grande do Sul. Dos compromissos assumidos pela empresa (construção de aeródromos e instalação de toda infraestrutura necessária, aviões comerciais alemães, pilotos brasileiros treinados), nada se cumpriu. Havia apenas um avião pequeno que fazia o transporte, e dois diretores alemães, com salários altíssimos e que já haviam gasto todo o patrimônio da empresa.

Sylla encaminha a Aranha cópia de carta que remeteu ao Secretário de Interior do Rio Grande do Sul, Sr. Sinval Saldanha, e bilhete de Luís Aranha, sobre o mesmo assunto. Dentre os fatos relatados há o de que Otto Meyer teria usado o nome de Aranha para desautorizar Sylla e se beneficiar junto ao governo do Estado.

Objetivando revelar a Aranha a real situação da VARIG, sem aviões, sem equipamentos, sem a construção dos aeródromos prometidos e sem capital, entre outras coisas, Sylla solicita que o acordo com a VARIG seja cancelado, evitando que a aviação civil do RS seja representada por dois alemães que, segundo Sylla, eram desonestos e oportunistas.

A despeito de todos os problemas relatados pelo engenheiro Carlos Sylla, integrante da Diretoria da Aeronáutica do Estado, a VARIG se manteve em funcionamento por 79 anos, até sua falência no ano de 2006.

No ano de 1931, quando Carlos Sylla se dirigiu a Oswaldo Aranha, o Brasil havia despertado para a aviação civil. Operavam em nosso espaço aéreo as companhias Condor Syndikat (1927), a VARIG (1927), a Compagnie Générale Aeropostale (1927), a NYRBA (1929), a Pan American World Airways (1930), a Graf Zeppelin (1930). Até então, no espaço aéreo brasileiro operavam predominantemente companhias alemãs, francesas e americanas. A exceção, ou quase isso, fica por conta da VARIG, considerada a primeira companhia aérea nacional, mas que, no entanto, foi criada e era dirigida por um alemão, com capital alemão, equipamentos e pilotos alemães.

Diante do número de companhias aéreas e de suas reformulações, foi preciso criar a Diretoria de Aeronáutica³⁸ para que o Brasil tivesse controle sobre as demandas, as regras, os contratos estabelecidos e o cumprimento de seus itens. Era necessário controlar a atividade. Deste controle se revelou a frágil situação da VARIG, colocando cada personagem em um papel diferente: Syllas contra a VARIG; Meyer contra o Brasil; Aranha a favor do que melhor atendesse às demandas político-econômicas do país.

Figura 8: Papel timbrado da Diretoria de Aeronáutica



Fonte: Carta de Carlos Sylla a Sinval Saldanha. (C.02/31c) (CPDOC/FGV OA cp.1931.03.14/3)

Ao longo da leitura de outras cartas e da relação delas com aspectos do cenário político mundial naquele período, surgiram fatores que deixaram mais claros os objetivos de Aranha e os conflitos que teve que enfrentar enquanto esteve no poder.

A carta seguinte, enviada em 17 de agosto de 1931 ao ministro Oswaldo Aranha, foi de Otto Ernst Meyer Labastille (C.03/31), ex-piloto da Força Aérea Alemã, idealizador da Viação Aérea Rio Grandense. Meyer chegou ao Brasil em 1921 para trabalhar com os irmãos Lundgren, em Recife. Ao perceber a necessidade da implantação de transportes mais rápidos e eficientes tentou, tanto em Recife quanto no Rio de Janeiro, onde veio a morar em 1923, reunir interessados em financiar sua empreitada, sem sucesso. Foi em Porto Alegre, em 1926, que conseguiu despertar o interesse de empresários e do Governo do Estado para a criação da companhia aérea. Com o apoio do deputado Alberto Bins e do presidente do Rio Grande do Sul, Dr. Borges de Medeiros, Meyer conseguiu isenção fiscal por 15 anos, a cessão de terreno para construir um aeroporto, e a perspectiva de ser a empresa oficial do Rio Grande do Sul.

³⁸ Não foram encontrados registros sobre a criação da Diretoria de Aeronáutica. A carta enviada por Carlos Syllas a Sinval Saldanha, datada de 10 de dezembro de 1931 e enviada em cópia a Oswaldo Aranha, porém, foi escrita em papel timbrado da Diretoria de Aeronáutica, com o brasão do Estado do Rio Grande do Sul. Neste mesmo ano foi criado o Departamento de Aeronáutica Civil - DAC, pelo Decreto-lei nº 19.902 de 22 de abril de 1931. Acredita-se ser esta Diretoria uma representação estadual do DAC, subordinada ao Governo do Estado. Foram encontradas referências a um Diretoria de Aeronáutica Civil, mas sem data de fundação.

Antes de discorrer sobre o conteúdo da carta de Otto Meyer a Aranha, é importante observar alguns fatos da história da VARIG.

Meyer dispunha já do apoio do Governo do RS e de parte significativa do empresariado regional, contava já no início com 550 acionistas, predominantemente de origem germânica. Faltava, então, a parte principal: aviões e equipamentos. Para tanto, Meyer foi à Alemanha e negociou com consórcio Condor Syndikat, que cedeu o hidroavião Atlântico, em troca de 21% das ações da companhia aérea. E, assim, a primeira companhia aérea nacional começou suas atividades com toda estrutura de uma empresa alemã, funcionando em território brasileiro (FORTES, A., 2004; OLIVEIRA, S.R., 2009).

Vale destacar, a título de esclarecimento, que entre os acionistas da VARIG estavam as pessoas de maior peso político e econômico do Estado: Alberto Bins (deputado estadual e major da Guarda Nacional), Adroaldo Mesquita da Costa (jurista e membro do Conselho Consultivo do RS), A. J. Renner (proprietário da maior empresa de fiação e tecelagem do RS no período), José Bertaso (livraria Globo), Adroaldo Mesquita da Costa (jornal Correio do Povo), Arthur Bromberg e Waldemar Bromberg (Casa Bromberg – indústria), Antonio Chaves Barcelos (Lanifício São Pedro, em Galópolis/RS), Rodolfo Ahrons (engenheiro civil e construtor renomado), Jorge Pfeiffer, Emílio Gertrum e Ernesto Rortermund (Gráfica Rortermund, São Leopoldo/RS). A primeira assembleia da empresa aconteceu em 07 de maio de 1927, com a presença dos acionistas, durante a qual foi escolhida a equipe gestora: Otto Ernst Meyer (Diretor Administrativo), Rudolf Cramer von Clausbruch (Diretor Técnico), Fritz Hammer, Major Alberto Bins (Diretor do Conselho Fiscal), e os Conselheiros Carlos Albrecht Jr., Max Sauer e o Barão von Duddenbrock. (FORTES, A., 2004, p.284; OLIVEIRA, S.R., 2009, p. 264)

A carta de Otto Meyer a Aranha trata de assuntos da VARIG, lembrando ser esta a “primeira e ainda única empresa nacional de tráfego aéreo”, da qual é, então, diretor. Meyer faz questão de destacar que a demora na solução das demandas apresentadas significa atrasos na economia e na defesa do país. Assim, enumera seus pedidos ao Ministro, na certeza de que será atendido. Suas demandas se referem a medidas que, de uma forma ou de outra, beneficiariam à VARIG. A carta é claramente lisonjeira, repleta de artimanhas.

Meyer pede a suspensão das restrições impostas à VARIG pela Revolução de 1930, e a supressão da Diretoria da Aeronáutica, órgão criado após a Revolução, e que encampou todas as organizações da aviação, e na qual atuava o engenheiro Carlos Sylla. Pede, ainda, que Carlos Sylla seja o representante da aviação sul-rio-grandense junto à comissão de Navegação

Aérea do Ministério da Viação e Obras Públicas. Meyer afirma que posteriormente será oferecida a Sylla a oportunidade de cooperação ativa com a VARIG. Outro pedido de Meyer é que o Governo Revolucionário ceda à VARIG o avião de 06 lugares doado ao movimento por um empresário.

Otto Meyer solicita a cessão de recursos para a compra de 04 aviões de tráfego e 02 de combate, além de verba para a organização do aeródromo de São João (Porto Alegre), cujo projeto de construção era do engenheiro Carlos Sylla.

A lista de pedidos continua, com Meyer lembrando, sempre, as vantagens que todos eles trarão ao país. Assim, pede que as empresas de aviação com mais de 50% de capital nacional sejam isentas de todos os impostos sobre material e combustíveis importados. Pede que a exploração da fotogrametria aérea só seja permitida a empresas de capital estrangeiro se forem parceria com empresas nacionais, na íntegra ou ao menos 50% nacionais.

Dando continuidade ao seu discurso elogioso, Meyer sugere a impressão de selos aéreos com a efígie de representantes do Movimento de 1930. Propõe também a nomeação de um militar, o major Alberto Bins para representante do Estado no conselho fiscal da Varig.

O encerramento da carta ressalta os resultados positivos do apoio da VARIG à Revolução de 1930; faz elogios à competência de Aranha; pede que Sylla - homem de confiança do Governo do Estado, do Governo Revolucionário e que escreveu a carta-denúncia a Aranha, revelando a fragilidade financeira da VARIG e o não cumprimento do acordo – seja nomeado para representar os interesses do RS junto ao Ministério da Viação.

Esta relação ambígua entre o Governo brasileiro e os representantes da cultura, política e economia alemãs foi motivo de desentendimentos dentro do próprio governo revolucionário, e evidenciou a existência de dois grupos antagônicos ideologicamente: um pró-germanista e o outro, pró-americanista. Os interesses existentes na relação Brasil-Alemanha, certamente foram responsáveis por manter a existência da VARIG, mesmo depois de denúncias de desrespeito ao contrato firmado com o Governo Federal, de danos ao patrimônio da empresa, e de uso indevido do nome de autoridades para benefício próprio. Ou isso, ou as denúncias seriam infundadas, baseadas no estilo ressentido tão comum aos políticos da época, como já se pode comprovar nas intrigas descritas aqui, entre Aranha e Flores da Cunha, Aranha e Vargas, Flores da Cunha e Vargas, entre outros.

A questão a ser observada é que havia planos maiores sendo alimentados pela Alemanha em relação, não só ao Brasil, mas à América do Sul. Planos estes que já se estabeleciam com

certa tranquilidade na Argentina, por exemplo. Pode-se dizer que a expansão dos interesses alemães, mesmo que incipiente, já era uma realidade no Brasil. (RINKE, 2014; KOTHE, 1995; MAGALHÃES, 2014)

Aqui as muitas colônias de imigrantes alemães já contavam com escolas, jornais, revistas, rádios direcionados especialmente para eles, em seu idioma. Empresas alemãs já negociavam com o Brasil, na base da troca de produtos e serviços. Os simpatizantes da ideologia alemã já se organizavam no país, culminando na criação da Ação Integralista Brasileira, em 7 de outubro de 1932.

Este cenário de mudanças de paradigmas políticos dentro e fora do Brasil, e de sua busca para ascender economicamente, fez o Governo Vargas levar adiante uma política bastante ambígua em sua relação com a Alemanha, de um lado, e com os Estados Unidos do outro. Essa ambiguidade só se dissolveu quando o Brasil entrou na Segunda Guerra, ao lado dos aliados.

Não se pode esquecer que os países que integravam o chamado Eixo já estavam dentro do Brasil com suas colônias, japonesa (iniciada em 1908), italiana (a partir de 1870) e alemã (a partir de 1824), maiores grupos que imigraram para o país, por meio de acordos políticos firmados desde governos anteriores ao de Vargas. Essa configuração nos leva a refletir que os americanistas realmente tinham com o que se preocupar, pois a influência alemã se fortalecia cada vez mais, e agora ocupava uma área estratégica para qualquer país: a da aviação.

O conflito se apresenta de forma mais clara quando há a participação de militares, admiradores da disciplina, da estratégia e do poderio tecnológico dos alemães, o que poderá ser observado posteriormente em algumas das cartas trocadas entre Eduardo Gomes e Oswaldo Aranha.

Seguindo a ordem cronológica, e objetivando traçar um panorama do que acontecia no Brasil e em relação a ele, a partir de fragmentos da correspondência política de Oswaldo Aranha, relata-se a missiva de um pernambucano, apaixonado pelo Brasil, que oferecia a Aranha ideias para divulgar as riquezas do país no exterior. Sua carta demonstra seu comprometimento como brasileiro e sua paixão nacionalista, sem revelar traços de fanatismo ou qualquer tipo de exagero.

Na carta, escrita em 03 de abril de 1933 (C.04/33), João B. Veríssimo apresenta a Aranha, então ministro da Fazenda, a ideia que tivera em 1913, ao voltar da Europa para o Brasil. Tratava-se de montar uma exposição permanente no Porto de Funchal, Ilha da Madeira, com produtos, fotografias, folhetos informativos de todos os Estados brasileiros para divulgar o

país e suas riquezas. Em sua exposição quanto à viabilidade de sua proposta, sugeria a distribuição gratuita de um livro (em inglês, francês, alemão, italiano, espanhol e português), a bordo dos navios que ali aportassem, com propaganda dos Estados brasileiros e seus produtos de maior representatividade econômica (café, mate, algodão, cacau, fumo, dentre outros). Propunha, ainda, que se negociasse com o governo português uma Zona Franca para as mercadorias brasileiras. A ideia não se restringia à exposição dos produtos, mas a apresentá-los ao público, com degustação e venda, e a distribuição gratuita de livros, revistas e jornais brasileiros, para que fosse possível conhecer o país em suas mais diversas facetas. E, assim, despertar o interesse dos estrangeiros em vir a conhecê-lo de perto.

Veríssimo, propunha a criação de uma espécie de espaço privilegiado, onde os interessados, em sua maioria, turistas, viriam a conhecer o Brasil, teriam um local para degustação e aquisição das delícias nacionais, assim como para a comercialização de frutas verdes, doces e compotas, tudo isso, junto a uma sala de leitura. Esse ambiente confortável teria a presença de um escritório de informações sobre os produtos brasileiros, exportações, cotações, ou seja, um indutor de negócios, conduzido pelo encantamento do visitante. O turismo aparece aí como atividade econômica incipiente, envolvida no discurso de um brasileiro apaixonado por seu país, mas que sabe bem do que dispõe como diferencial.

Desta forma, ao apresentar sua proposta e revelar suas tentativas anteriores de efetivá-lo, sem sucesso, pede a Aranha que o auxilie, dando os encaminhamentos que achasse mais pertinentes para que a concretização desse projeto de construção de uma infraestrutura de divulgação do Brasil.

Não se tem notícia, na correspondência selecionada, de que alguma medida tenha sido tomada para atender à demanda do Sr. João B. Veríssimo, porém, isso não invalida a importância desse documento, uma vez que ressalta o quanto o tema turismo, riquezas e belezas nacionais, além da cultura - patrimônio -, e a propaganda, estavam no centro de interesse de pessoas que viajavam, e que pensavam e buscavam um Brasil melhor. O envio da carta ao Ministro da Fazenda demonstra que o cenário estava propício.

Nesse ano (1933) o Brasil teria a fundação de mais duas companhias aéreas – a Aerolíde Iguaçu e a Viação Aérea São Paulo – VASP. Outro fato importante foi a inauguração do Cassino da Urca. Estes fatos, aparentemente dissociados, estão relacionados pelo fluxo de turistas que se deslocavam pelo país, pela chegada de visitantes de diversas nacionalidades ao Rio de Janeiro, e pela crescente demanda de divulgação do Brasil e suas riquezas no exterior.

O ano de 1934 reservava a Oswaldo Aranha o cargo maior na embaixada do Brasil nos Estados Unidos, onde permaneceu até o ano de 1937. Este novo universo que se colocou à disposição de Aranha, a facilidade de acesso aos norte-americanos e a possibilidade de mostrar os atributos de seu país de origem, junto a suas características pessoais fizeram dele alvo dos mais diversos pedidos e sugestões. Sua atuação exitosa em vários níveis governamentais colaborou para tal.

Com o desenvolvimento da aviação comercial, a construção de hotéis e cassinos e a ação efetiva do Touring Club do Brasil, entre outras instituições, na divulgação do país para o público interno e externo, o tema passou a ser reconhecido como de necessidade real por diversas pessoas ligadas ao governo ou ao empresariado. Assim, temos a carta datada de 24 de dezembro de 1934, de Angelo Orazi (C.05/34), gerente o Touring Club do Brasil, enviada ao então embaixador Oswaldo Aranha.

O assunto abordado por Orazi é, inicialmente, uma análise sobre a atividade turística nos Estados Unidos. O autor discorre sobre farta documentação enviada ao diretor do Touring Club do Brasil, Sr. Octávio Guinle³⁹, presidente da instituição e fundador do Copacabana Palace Hotel, sobre a estruturação e o funcionamento da indústria do turismo norte-americana, e as possibilidades de negócios a serem realizados. Orazi solicita a Aranha uma audiência para que possa expor suas ideias e os relatórios que fez quando estava em terras americanas. Por tudo o que viu e pela experiência de anos de trabalho na área do turismo, Orazi acreditava que o Touring pudesse apresentar às autoridades brasileiras sugestões consistentes para se traçar plano concreto para a criação e desenvolvimento da indústria do turismo no Brasil. O autor, com 16 anos de experiência na área, tinha informações sobre a Indústria do Turismo nos EUA e, a despeito de já as ter enviado ao TCB, em 11 cartas-relatório, solicitou audiência para apresentar as informações e ideias para o desenvolvimento turístico do Brasil, pessoalmente.

Esta poderia ser uma forma de exercer pressão sobre o Governo, ou reflexo de empolgação, já que, no ano de 1934, o Touring fora nomeado pelo próprio presidente Getúlio Vargas como órgão responsável pelo fomento do turismo na América do Sul, sendo considerado como o primeiro órgão oficial de turismo do país.

³⁹ Octávio Guinle (1886 – 1968) – Empresário carioca, fundador do Copacabana Palace Hotel, membro de uma das famílias mais ricas do Brasil à época. Esta condição fez com que o Presidente Epitácio Pessoa propusesse a Guinle a construção de um hotel balneário para as festividades do Centenário da República (1922). A construção do Copacabana Palace foi vinculada à permissão de funcionamento de um cassino em suas instalações, concedida pelo Presidente. Foi também presidente do Touring Club do Brasil

Neste ano também, o Governo Vargas publica o Decreto-lei nº 24.393/1934, que efetiva o convênio para eliminação de barreiras entre Brasil e Argentina, sendo esta a primeira menção oficial à atividade turística. Essa e outras medidas representam a percepção do Governo Vargas quanto à necessidade de mostrar o Brasil e seu patrimônio – cultural, natural, histórico, entre outros -, de forma que, ao se fazer conhecer se fizesse também respeitar e admirar.

Em 1934, houve a publicação do Decreto nº 24.163, criando a Comissão Permanente de Exposições e Feiras, com o objetivo de organizar exposições e feiras de produtos dentro do país; representar o Brasil em eventos internacionais; organizar feiras ambulantes ou flutuantes, a bordo de navios mercantes brasileiros ou estrangeiros, arrendados, que estivessem navegando, em Cruzeiros, com a bandeira brasileira. Este último decreto, de certa, forma, se relaciona com a carta de João B. Veríssimo, mostrada anteriormente.

É perceptível que havia um movimento diferente ocorrendo no Brasil. Questões políticas e econômicas apareciam agora relacionadas a viagens, lazer, cassinos e exposições das riquezas e belezas nacionais.

Não sabemos se houve resposta de Aranha a Orazi para marcar a audiência solicitada, porém, nos arquivos do CPDOC/FGV, onde estão guardados os documentos referentes ao período Vargas, foi localizada outra carta, remetida em 14 de fevereiro de 1935 (C.06/35a), em que Orazi enviara trechos dos relatórios citados na carta anterior, para que Aranha soubesse do que se trata.

Orazi acreditava que Aranha pudesse convencer o Governo Federal a estruturar a indústria do turismo no Brasil. Assim, solicitou ao embaixador que fizesse com que o então presidente do Touring Club do Brasil - TCB, Sr. Cerqueira Lima⁴⁰, fosse chamado pelo presidente Vargas para explicar as medidas urgentes quanto à legislação brasileira, para colocá-la em conformidade com as necessidades do momento. Afirmava que o TCB precisava da ajuda do embaixador e que poderia fazer muito pelo turismo do Brasil. O autor se propôs a escrever relatórios técnicos mais detalhados para que as autoridades, através do TCB, tivessem conhecimento exato da situação da indústria do turismo no que se referia ao Brasil e suas relações com o estrangeiro. Orazi enviou resumo das cartas-relatório remetidas ao TCB, e pediu ao embaixador que providenciasse encontro entre o presidente da instituição e Vargas para que pudessem estruturar o início da indústria do turismo no Brasil.

⁴⁰ P. B. de Cerqueira Lima, vice-presidente do Touring Club do Brasil na gestão de Octávio Guinle, presidente interino quando da emissão desta carta.

Os relatórios de Orazi contribuem para o nosso trabalho, fazendo uma radiografia do turismo nos Estados Unidos, abordando seus mais diversos aspectos. Assim, numa sequência de oito documentos enviados ao então presidente do Touring Club do Brasil- P.B. de Cerqueira Lima - em 1934 e 1935, são relatados: a) a Pan American União e sua propaganda de turismo (C.06/35b); b) as recomendações do Sr. H.Gibson, embaixador americano no Brasil, para o desenvolvimento do turismo no país (C.06/35c); c) considerações de caráter geral sobre o turismo nos Estados Unidos – Brasil; aspectos do turismo interestadual nos Estados Unidos; Sports de inverno; Tráfico (sic) marítimo entre Norte e Sul América; Cruzeiros de Turismo (C.06/35d); d) Sua viagem a Nova York para analisar a viabilidade de abrir um escritório do TCB nos Estados Unidos. Apresenta levantamento de todos os bureaus de turismo de outros países instalados nos Estados Unidos, suas estratégias de divulgação e sua propaganda turística em revistas e magazines (C.06/35e); e) Union Pacific System Railway e a propaganda turística; Turismo em Portugal; Envio de material estatístico do turismo; Agência de propaganda turística Carl Boyer e Associates; Filmes da Suíça; Cartazes de turismo; propaganda pelo rádio; Épocas de turismo nos EUA (C.06/35f); f) Companhias de navegação Munson Line e Prince Line⁴¹ – apesar de lucrarem muito com o Brasil pelo transporte de cargas e passageiros, não oferecem atendimento à altura (C.06/35g); g) A ignorância dos americanos quanto ao Brasil e a necessidade de se divulgar informações sobre o país (C.06/35h).

Muito esclarecedores, os fragmentos enviados pelo Sr. Orazi eram um prenúncio do que o Brasil deveria fazer para conquistar a simpatia dos turistas norte-americanos, e se colocar em destaque no meio turístico internacional. A atividade turística como atividade comercial e de considerável importância na elaboração de uma imagem positiva do país junto à comunidade internacional, passou a ser percebida não só pelos envolvidos diretamente com ela, mas pelo Governo Vargas.

Este quadro de informações é como um mosaico, com peças espalhadas, notícias conflitantes, algumas lacunas, mas, ao longo da pesquisa, ao começarmos a reunir esses fragmentos, vimos que as ações relacionadas ao turismo, apoiadas na propaganda e no patrimônio, não foram aleatórias. Havia uma rede de atividades que se encontravam, e cuja forma de exposição e divulgação estava ligada à tríade turismo-propaganda-patrimônio.

Dentre as correspondências do ano de 1936, observa-se o envolvimento do Governo Vargas com atividades relacionadas ao turismo. A carta de Oswaldo Aranha para o ministro de

⁴¹ Grandes companhias de navegação norte-americanas

Relações Exteriores, João Carlos de Macedo Soares⁴², (C. 07/36a), trata da concessão feita à companhia aérea Pas American Airways - PANAIR para a expansão de sua operação no Brasil.

Aranha parabeniza o Ministro Macedo Soares pela condução da política do Itamaraty, responsável pela implantação da segunda linha semanal da PANAIR para o Brasil, tendo como ponto final o Rio de Janeiro. Destaca as vantagens deste feito, não só na comunicação entre os dois países, mas entre os Estados brasileiros, onde os aviões pousariam. Entre outras vantagens, Aranha aponta a melhoria das linhas de navegação, a redução das taxas de comunicação radiotelefônicas, postais e telegráficas.

Aranha pede ao Ministro que dispense especial atenção aos representantes dos Estados Unidos que iriam para o Brasil, inaugurando a nova linha aérea: Karl Crowley (Procurador Geral dos Correios), Robert Thach (Vice-presidente sênior da PANAM), William McAvoy (piloto de testes), Edgar Correll (Presidente da Associação de transportes aéreos da América), jornalistas John Park (Associated Press), Hugh Frantz (United Press), e Leon Schloss (International News e Universal Service).

No mesmo dia, registra-se a carta de Aranha para o ministro de Viação e Obras Públicas, João Marques dos Reis (C.07/36b). Aranha escreve ao ministro acerca da implantação de mais uma linha aérea entre Brasil e Estados Unidos. Destaca que ele mesmo já havia levado ao Governo a necessidade de uma segunda linha aérea semanal entre os países. O pleito fora oficializado com a demanda do Sr. James Farley⁴³, ministro dos Correios dos Estados Unidos, por meio da qual solicitou ao Congresso Americano a liberação de verba para a nova linha. Subentende-se que isto venha acompanhado da aquisição de um novo avião.

Oswaldo Aranha disserta sobre a redução de custos das ligações radiotelefônicas e taxas postais. A melhoria nas comunicações e negócios entre os países se vê também quando Aranha aborda a “introdução de grandes e novos navios nas linhas americanas para o Brasil”.

⁴² José Carlos de Macedo Soares – Advogado e diplomata brasileiro. Chefe da Delegação Brasileira de Desarmamento (1932); Ministro de Relações Exteriores (1934-1937); Ministro da Justiça (1945-1946); Presidente do IBGE (1942-1944).

⁴³ James Aloysius Farley (1888 – 1976) – Político norte-americano, diretor do porto de Nova York (1918); Presidente do Comitê Democrático do Condado de Rockland (1920); Secretário do Comitê Democrático de Nova York (1928); Responsável pela campanha de Franklin Delano Roosevelt a reeleição (1930); Presidente do Comitê Nacional dos Democratas (1932); Ministro dos Correios até 1940.

Destaca, ainda, a votação pelo Congresso Americano do *Shipping Bill*⁴⁴, que representará melhorias nas linhas de navegação para o Brasil. Aranha parabeniza o Ministro pelos resultados, e pede que ele “demonstre apoio” às iniciativas americanas, dando atenção aos viajantes, presentes na inauguração desta nova linha, especialmente ao Sr. Karl Crowley, Procurador Geral dos Correios, representante do Ministério da Viação dos EUA.

Nestas duas cartas, observa-se a postura conciliadora de Aranha, buscando demonstrações de apoio em um país, em que a simpatia por americanos ou alemães, associadas ao espírito nacionalista, alimentado à época, era passível de provocar reações apaixonadas, tais como discussões, demissões e reclamações dos mais diversos tipos. A política de Aranha objetivava superar qualquer distância entre Brasil e Estados Unidos, para que essa aproximação facilitasse negociações futuras, fossem elas econômicas ou políticas. Assim, os acordos e as concessões capitaneadas pelo embaixador Oswaldo Aranha representavam a necessidade de colocar o Brasil o mais próximo possível dos norte-americanos.

Percebe-se, pela lista de autoridades que vinham ao Brasil neste voo inaugural, que o fato era de real importância para os Estados Unidos também, e representaria benefícios para o setor de comunicação entre os países. O fato de Aranha escrever aos dois ministros – de Relações Exteriores, e de Viação e Obras Públicas –, solicitando o acompanhamento e a cortesia ao grupo de viajantes, demonstra a relevância desta concessão. Observem que no grupo estavam três jornalistas, um piloto de testes, um representante de associação de transporte aéreo, um empresário e a única autoridade norte-americana, que era o Procurador Geral dos Correios. No entanto, a atenção dada aos formadores de opinião, reforçava a ideia de que Aranha compreendia a importância da comunicação e, conseqüentemente, da propaganda para auxiliar a construção de uma imagem positiva do Brasil no exterior. O embaixador mobilizava-se, mesmo de longe, e instava seus colegas de governo a fazer o mesmo, como anfitriões.

⁴⁴ Public papers of the President of the United States: Harry S. Truman, 1952-1953, volume 8. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=TTzeAwAAQBAJ&pg=PA484&lpg=PA484&dq=shipping+bill+1936&source=bl&ots=0FYq9Fwhe4&sig=9Ka_iAfbyH0L3LMFnNK2M9zL9U&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiH8OHbiPnZAhXFJAKHYT9B9cQ6AEIQzAF#v=onepage&q=shipping%20bill%201936&f=false>. Acesso em: mar 2018

I have signed S.241, a Bill which amends the Merchant Marine Act of 1936 and which has come to be known popularly as the “long-range shipping Bill”. In taking this action, I want to correct two mistaken impressions which have grown up concerning the Bill in the course of its consideration by the Congress over the past several years. Eu assinei o S.241, um projeto de lei que altera o Ato da Marinha Mercante de 1936 e que se tornou conhecido popularmente como a “Lei de embarque de longo alcance”. Ao tomar essa ação, quero corrigir duas impressões equivocadas que surgiram a respeito do projeto de lei no curso de sua consideração pelo Congresso nos últimos anos. (Tradução: Prof. Dr. Raimundo Nonato Araújo da Rocha – Depto de História/UFRN)

Os benefícios desta concessão, assim como as reações contrárias foram observados a partir das cartas posteriores, em que ficaram evidenciadas, também, as relações políticas como contexto para o desenrolar destas negociações.

Como é possível notar, a partir das cartas apresentadas até então, as relações entre Brasil e Estados Unidos se estreitavam cada vez mais. Grande era o empenho de Oswaldo Aranha para que as dificuldades fossem transpostas e as demandas norte-americanas em relação ao Brasil fossem na medida do possível – naquele momento isso significava dizer: quase sempre -, atendidas. Apesar de todos esses esforços existia uma lacuna quanto à propaganda eficiente, principalmente de turismo e patrimônio, sobre o país.

Em agosto de 1936, Aranha recebe uma carta de Francisco Silva Júnior (C.08/36a), brasileiro radicado nos Estados Unidos, redator publicitário autodidata, tradutor exclusivo dos filmes da *Metro-Goldwyn-Mayer* e prestador de serviços para a *United Artists Corporation* e a *Columbia Pictures Corporation*. Silva Jr envia ao embaixador rascunho de importante documento que pretendia remeter a Getúlio Vargas, sobre a situação do turismo e da propaganda do Brasil nos Estados Unidos.

Para subsidiar suas ideias, Silva Jr. anexa à carta anúncios de revistas e de jornais, além de fotos de agências de turismo de países europeus estabelecidas nos Estados Unidos⁴⁵. Demonstrando conhecimento sobre o assunto, coloca-se à disposição para fornecer as informações e a orientação necessárias para que o Governo Vargas instale em terras norte-americanas uma agência de propaganda e turismo. Para tanto, Silva Jr. se antecipa e pede verba de \$2.000 mensais para divulgar o Brasil como atrativo turístico. Objetivo era que Aranha se familiarizasse com sua proposta e fizesse críticas e sugestões que julgasse necessárias para que o texto ficasse em condições de ser analisado pelo presidente da República.

Um mês depois, Silva Jr. escreve novamente a Aranha (C.09/36b), agora apresentando informações mais consistentes sobre o assunto. Desta forma, descreve detalhadamente os problemas.

A intenção de montar uma agência de propaganda e turismo do Brasil já havia sido apresentada a um diretor do TCB, Chagas Dória⁴⁶, que demonstrou interesse e se comprometeu em levar o assunto ao presidente do *Touring*. A pedido de Dória, Silva Jr.

⁴⁵ Os anúncios e fotos citados por Silva Jr. não estavam disponíveis nos arquivos do CPDOC/FGV.

⁴⁶ Edgard Chagas Dória, secretário-geral do Touring Club do Brasil

enviou a Otavio Guinle, presidente do TCB, um memorial acerca das necessidades apontadas, e das possíveis formas de se resolver este assunto. Assim, enviou a Guinle três orçamentos para se montar uma agência do *Touring Club* do Brasil em Nova York. O interesse do TCB esbarrou na falta de verba.

A criação do *Brazilian Information Office*⁴⁷ arrefeceu seu interesse, já que não haveria espaço para o funcionamento e o financiamento de duas agências similares. Meses depois, percebendo que as lacunas na propaganda sobre o Brasil continuavam, Silva Jr. decidiu retomar seu projeto inicial e escrever a Oswaldo Aranha e a Getúlio Vargas.

A abordagem de Silva Jr. é interessante, pois mostra o que estava sendo feito de errado pelo Brasil, e por isso não estaria surtindo efeito. Seu conhecimento do mercado norte-americano dava a ele condições de analisar e perceber como a comunicação deveria ser elaborada, pois não eram suficientes os dados apresentados, mas a forma como isso era feito. Seus conhecimentos sobre a cultura norte-americana, a forma como se comunicavam e pensavam, possibilitavam uma exposição mais clara sobre o assunto.

O autor apresenta, ainda, os prejuízos que essa ausência impõe ao Brasil, desconhecido do povo norte-americano, visto apenas como lugar de samba e carnaval. Silva Jr. destaca a necessidade de se expandir a propaganda sobre o Brasil para além da Guanabara, “dos sambas de Carmem Miranda e das macumbas dos nossos morros sórdidos”.

Assim, o autor passa a descrever as belezas e os possíveis atrativos turísticos brasileiros, além do que ele denomina de lado pitoresco. Além disso, destaca paisagens, monumentos, o passado histórico, museus, a arquitetura, as estradas de ferro, assim como o Instituto Butantã e o de Manguinhos (Oswaldo Cruz), nossa flora, dentre tantas outras coisas. Aqui se trata de patrimônio, porém, sem essa denominação. Silva ressalta elementos característicos do Brasil, desde a gastronomia, a história, a música, a arquitetura, e as tradições, além, obviamente das paisagens, como diferenciais, atrativos turísticos que seriam valorizados nos Estados Unidos, desde que devidamente divulgados, considerando-se uma propaganda voltada para o público norte-americano. Era preciso adaptar a mensagem ao veículo de comunicação adequado, utilizando-se a linguagem e os conceitos que atendessem e envolvessem o público-alvo.

O entusiasmo de Silva Jr. é evidente, e o faz discorrer sobre o assunto com facilidade e leveza. Mas quando aponta os problemas, demonstra indignação, principalmente quanto à ignorância dos norte-americanos sobre o Brasil.

⁴⁷ Não foram encontradas informações acerca desta agência.

Depois de suas observações e sugestões, Silva Jr. apresenta o orçamento para a criação da agência em Nova York, faz uma lista de nomes a quem Aranha poderia pedir referências sobre ele, como forma de assegurar sua honestidade e a seriedade de suas propostas.

A carta anexada à anterior é a que Francisco Silva Júnior pede a Aranha que encaminhe ao presidente Getúlio Vargas (C.09/36b). Nesta, o autor aborda os mesmos assuntos já expostos a Oswaldo Aranha, mas acrescenta informações importantes: o detalhamento quanto aos procedimentos comerciais e publicitários de agências de comunicação de países europeus instaladas em Nova York.

Ciente de que era fundamental causar impacto já nas primeiras linhas, recurso adotado na redação publicitária com a qual Silva Júnior já havia trabalhado, o autor inicia a carta para Vargas de maneira suave, porém objetiva:

Residindo nos Estados Unidos há treze anos, sinto-me suficientemente familiarizado com o espírito e a psicologia deste povo para falar com algum fundamento acerca de certos assuntos que dizem respeito ao Brasil – do ponto de vista americano.

Durante a minha longa residência aqui, tenho observado, por exemplo, que, de todos os países da América Latina, o Brasil é o menos conhecido. Com efeito, afora as raras exceções, os americanos ignoram a situação geográfica da nossa terra, desconhecem o nosso grau de civilização e não sabem que idioma falamos. (C.09/36b)

Silva aponta algumas características do povo americano, que iriam interessar ao Brasil, em relação ao turismo. Descreve seus hábitos de viagem e o que gostam de encontrar no destino turístico; descreve a forma como pagam seus pacotes de viagens, e como as agências de turismo negociam com seus clientes.

Para respaldar suas ideias, Silva Jr. relata o depoimento do Sr. D.R. Dobbs, diretor da *Jantzen Knitting Mills Company*, promissora fabricante de trajes de banho, quanto às suas impressões sobre o Rio de Janeiro. Encantado com a cidade, Sr. Dobbs, ao regressar ao seu país, reuniu-se com a diretoria para estudar a possibilidade de abrirem uma filial no Brasil.

Desta forma, Silva Jr. reforça sua argumentação

[...] posso mencionar outros exemplos que, de tempo em tempo, me têm convencido do quanto o Brasil lucraria se divulgasse de maneira inteligente o que na realidade é. Se mais homens de negócios visitarem o nosso país, em vista das oportunidades que oferecemos para empregos de capitais, é natural que se deem outros casos como o do Mr. Dobbs. (C.09/36b)

E assim, Silva Júnior prossegue, descrevendo o perfil do público-alvo desta propaganda, calculando, inclusive a média de gasto diário por pessoa. Continua, apresentando as ações de

marketing e propaganda adotadas por outros países para vender sua imagem para os americanos: Canadá, Finlândia, Chile, México, França, Inglaterra, Alemanha e Itália são alguns deles.

O relato aponta desde a propaganda até os investimentos em infraestrutura de cada país (construção de hotéis, balneários, estradas, entre outros), para receber o turista. Os meios de transporte de cada país, seus investimentos em linhas de navegação luxuosas também são levados em consideração.

O momento crucial desta leitura é quando Silva Jr indaga Vargas: *What...and where is Brazil?*

A apresentação dos interesses americanos quanto às “coisas latino-americanas”, iniciando pela música, leva o autor a discorrer sobre a propaganda inteligente de Cuba, que resulta frequentemente em um alto fluxo de turistas para a ilha. Tanto que, nos meses de inverno rigoroso, as companhias de navegação deslocam seus transatlânticos das linhas regulares da Europa, para Cuba, para as Antilhas, Colômbia e Venezuela. Apesar desse interesse pela cultura latino-americana, e pelo turismo já estruturado para alguns países próximos, o Brasil estava sempre à margem.

Ao se referir ao Brasil como “uma vaga expressão geográfica”, Silva revela que, mesmo pessoas com alguma instrução não têm qualquer conhecimento sobre o nosso país, sendo comum confundirem Brasil com Argentina, e o Rio de Janeiro como um bairro periférico de Buenos Aires. Percebe-se aí, a força da imagem argentina junto ao povo norte-americano, o que vai, ao longo da nossa leitura, justificar algumas das ações de Oswaldo Aranha para se manter próximo, o quanto possível, dos Estados Unidos.

Além da imagem distorcida criada sobre o Brasil e da ignorância característica do povo norte-americano, Silva Jr, coloca parte da responsabilidade na “nossa” falta de interesse em divulgar nossas belezas, nossa cultura, nosso patrimônio.

A partir deste ponto, Francisco Silva Júnior passa a apontar as belezas da então Capital Federal, com suas praias, sua cultura, sua modernidade, além da infraestrutura turística já existente, capaz de atender às demandas do viajante estadunidense.

Com uma análise extensa sobre as potencialidades do Brasil quanto ao turismo; as necessidades deste quanto à propaganda; um estudo de mercado identificando as práticas dos outros países; e a identificação dos resultados obtidos por eles, Silva Jr. apresenta seu plano

de negócios: seu projeto para criação e manutenção de uma agência de turismo e propaganda brasileira em Nova York, o *Brazilian Travel Bureau*⁴⁸.

A proposta é detalhada, apresenta o que vai ser feito, como vai ser feito, onde vai ser feito. E o custo referente a cada etapa.

Para que Vargas não pense que há em sua carta intenções de benefício próprio, Silva Jr. expõe sua situação familiar e profissional, ressaltando que sua remuneração seria obtida por meio das comissões de vendas dos anúncios e produtos brasileiros.

Após expostos todos os argumentos e informações, Silva Júnior finaliza com a lista das agências de propaganda e turismo de países estrangeiros, situadas em Nova York.

Vale ressaltar a presença de 11 escritórios de representação/agências de países da América Latina (Argentina, Cuba, Chile, México e República Dominicana), enquanto o Brasil, não possuía nenhum. Essa ausência demonstra o atraso do Brasil em se fazer conhecer e cultivar novas relações comerciais, despertando o interesse de investidores, políticos ou não, para as possibilidades de negócios a serem realizados com o Brasil.

⁴⁸ Esta é a primeira denominação encontrada para a agência de turismo e propaganda brasileira proposta pelo Sr. Francisco Silva Júnior. Veremos posteriormente, as seguintes denominações: Brazilian Tourist Bureau e Brazilian Information Bureau.

Quadro 2: Agências estrangeiras de turismo e propaganda instaladas em Nova York

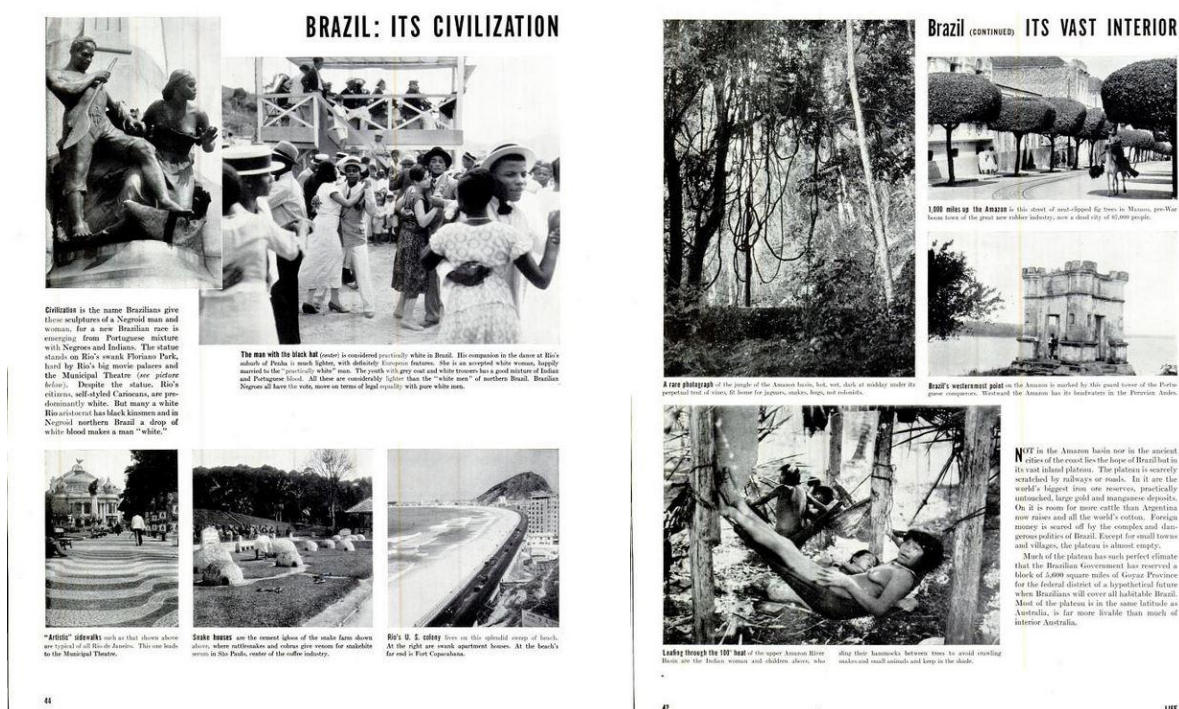
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA E TURISMO EM NOVA YORK					
PAÍS	QTD	ENDEREÇOS			
Argentina	02	Argentina Information Bureau, 122 East 42nd Street		Argentina Chamber of Commerce, 67 Broad Street	
Austrália	01	Australian Government Bureau, 25 Brodway			
Áustria	02	Austrian Federal Railways, 630 Fifth Avenue (National Tourist Office)		Austrian Bureau for Foreign Trade, 11 West 42nd Street	
Alemanha	03	German Railroads Information Office, 665 Fifth Avenue		German Commercial Inf. Service, 10 East 40th Street	German Tourist Inf. Office 666 Fifth Avenue
Bélgica	02	Belgian Bureau, 433 West 47th Street		Belgian Commercial Office, 342 Madison Avenue	
França	04	French Railways, 610 Fifth Avenue	French Information Center 610 Fifth Avenue	Franch Travel Bureau 112 West 49th Street	French Government Tourist Office 647 Fifth Avenue
China	01	Chinese Government Agency, 20 Exchange Place			
Japão	03	Japanese Government Railways, 551 Fifth Avenue		Japan Tourist Bureau, 551 Fifth Avenue	
Índia	01	India State Railways, 38 East 57th Street			
Portugal	01	Portuguese Bureau, 11 Water Street			
Itália	04	Italia Bureau of Information 74 West 50th Street	Italian Chamber of Commerce 99 Hudson Street	Italian State Railways 626 Fifth Avenue	Italian Tourist Bureau 626 Fifth Avenue
Chile	02	Chilean Commercial Bureau, 141 Brodway		Chilean State Railways, 225 Brodway	
México	03	Mexican Chamber of Commerce, 60 Wall Street	Mexican Government Tourist Bureau 665 Fifth Avenue	Railways of Mexico (Interoceanic) 205 West 34th Street	
Rep. Dominicana	02	Dominican Chamber of Commerce, 30 Rockefeller Piazza		Tourist Bureau of the Dominican Republic, 90 Brod Street	
Porto Rico	01	Puerto Rican Bureau of Commerce, 1457 Brodway			
Cuba	02	Cuban Tourist Commissioner, 30 Rockfeller Piazza		Cuban Chamber of Commerce, 67 Wall Street	
Bermudas	03	Bermuda Advisory Bureau, 34 East 50th Street	Bemuda Bureau, 30 East 42nd Street	Bermuda Hotels & Travel Bureau,1 West 42nd Street	
Polônia	02	Polish-American Chamber of Commerce, 149 East 67th Street		Polish Information Bureau, 215 Fourth Avenue	
Holanda	01	Holland Tourist Inf. Office, 205 Lexington Avenue			
Dinamarca	01	Danish State Railways, 28 West 48th Street			
Suécia	02	Swedish Travel Inf. Bureau, 630 Fifth Avenue		Swedish Chamber of Commerce, 630 Fifth Avenue	
Suíça	02	Swiss Alps Tours, 270 Brodway		Swiss Federal Railroads, 475 Fifth Avenue	
Noruega	03	Norwegian-American Chamber of Commerce 115 Broad Street	Norwegian Government Railways 115 Broad Street	Norwegian Travel Inf. Bureau 115 Broad Street	
Hungria	03	Hungarian Government Railways 1270 Sixth Avenue		Hungarian Official Travel Inf. Office 1270 Sixth Avenue	Royal Hungarian Office 25 Broadway
Havaí	02	Hawaii Tourist Bureau, 30 Rockfeller Plaza		Hawaiian Hotels, Ltd., 30 Rockfeller Plaza	

Grã-Bretanha (Inglaterra e Irlanda)	06	British Railways, Inc. 551 Fifth Avenue	British Travel Ass'n 620 Fifth Avenue	British Empire Exhibition (exposição permanente) 620 Fifth Avenue	British Empire Chamber of Commerce 620 Fifth Avenue	British Guiana Information Bureau 8 Bridge Street	Scottish Tourist Office 245 West 14th Street
Rússia	03	Intourist, Inc., 545 Fifth Avenue					
Theco-Slovaquia	02	Czechoslovak State Railways, 587 Fifth Avenue			Czechoslovak Chamber of Commerce, 1440 Broadway		

Fonte: CPDOC/FGV, OA cp 1936.09.08/3. Disponível em: <www.fgv.br/cpd/doc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-francisco-silva-jr-a-oswaldo-aranha-sobre-abertura-do-brazilian-tourist=bureau-nos-eua-a-fim-de-fomentar-a-ida-de-turistas-americanos-ao>. Acesso em: 14 jun 2017

Na carta seguinte (C.09/36c), Silva Júnior comunica a Aranha, apenas três meses depois da carta enviada a Vargas, a abertura do *Brazilian Tourist Bureau*, como agência autorizada da PANAIR, e das companhias de navegação Munson Line e Prince Line. Indignado com a forma como o Brasil é representado na América do Norte, Silva Jr. anexa páginas da Revista Life (Figuras 9 e 10), onde o país é apresentado como um “paiz de negros e selvagens”. O autor deseja que este exemplo convença o Brasil e os brasileiros da necessidade de uma propaganda mais esclarecedora e efetiva.

Figuras 9 e 10: Fragmento de matéria da Revista Life sobre o Brasil



Fonte: Blog Anos Dourados: imagens e fotos. Disponível em: <www.anosdourados.blog.br/2013/05/imagens-revista-life.html>. Acesso: 03 julho 2017

A primeira correspondência enviada no ano de 1937 é a carta de Oswaldo Aranha para Getúlio Vargas (C.10/37a), escrita em 21 de maio daquele ano. O assunto em questão é a carta-proposta que Francisco Silva Júnior pediu que fosse entregue em mãos ao Presidente Vargas, em agosto do ano anterior. A carta foi entregue, seguindo as recomendações do remetente, pessoalmente.

Aranha lembra a Vargas a entrega do documento e seu envio, pelo presidente, ao setor competente para “estudo e informação”. Porém, passados alguns meses sem resposta, Aranha decide retomar o assunto.

O embaixador começa sua argumentação, afirmando que: “O turismo é uma especialidade que não pode, nem deve ser confundida com as demais atividades comerciais”. E prossegue, dando notícias sobre o arrojo de Francisco Silva Júnior, que decidira criar, por conta própria, o *Brazilian Tourist Bureau*, em local apropriado, e já obtendo resultados positivos.

Aranha salienta que os esforços de Silva Júnior têm sido financiados com recursos próprios, e que, tanto a iniciativa quanto as despesas, todas comprovadas pelos recibos anexados, merecem a atenção do Governo. Assim, pede ao presidente Getúlio Vargas que “mande ampará-lo e ajudá-lo, quer pagando sua instalação quer mandando uma mensalidade para ser mantido serviço tão útil”.

A compreensão de Aranha sobre o assunto se revela quando este expõe a Vargas a comparação entre as medidas tomadas pelo Brasil e por outros países para a divulgação do país junto aos estadunidenses.

Os demais países gastam milhões por ano e nós, graças ao devotamento de um patrício, capaz, digno e patriota, poderemos fazer por dois vinténs. Se se perder esta oportunidade, amanhã teremos que gastar muito mais.

Não é possível prescindir deste Bureau e de uma organização aqui que promova o turismo e ampare, esclareça, informe e encaminhe os viajantes americanos. (C.10/37a)

Aranha finaliza a carta, expondo que o portador desta, Rafael Corrêa de Oliveira, jornalista político do O Estado de São Paulo – OESP leva também outros assuntos que merecem a atenção do presidente, e os enumera: a) Transequator⁴⁹, nova companhia aérea que fará transportes para o interior; b) Questões referentes ao mate⁵⁰; c) caso do subterrâneo no Rio e em São Paulo; c) O caso dos diamantes; d) A Exposição de Dallas⁵¹; e) A Feira de Nova

⁴⁹ Empresa norte-americana Transequator Corporation autorizada pelo Ministério da Viação, em 1934, a realizar voos de estudos para a criação de uma nova linha aérea operando em Nova York-Rio de Janeiro-Buenos Aires, voando pelo centro do continente sul-americano. (Correio Paulistano, 22/11/1934, p.3) Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=090972_08&pagfis=19031&url=http://memoria.bn.br/docreader#>. Acesso em: 13/02/2017

⁵⁰ O Brasil enfrentava um conflito comercial com a Argentina, decorrente da importação da erva-mate brasileira por aquele país. O maior comprador do mate brasileiro no passado investiu na produção interna da erva e impôs restrições à sua compra, estabelecendo cotas de importação, entre outras coisas. O Brasil reagiu proibindo a importação do trigo argentino em farinha e em grãos, e criou o Instituto Nacional do Mate, em 1938. (FERNANDES, 2017)

⁵¹ Evento em que ocorreriam os jogos esportivos pan-americanos, no Texas. O Brasil enviou uma delegação de atletismo, selecionada pelo Conselho Nacional de Atletismo. As provas ocorreram nos dias 15 a 18 de julho de 1937.

York; f) O caso da Mogyana⁵²; g) Organização interna e possibilidades do Bureau; h) O caso da Pan América.

Observa-se que nesta correspondência Aranha descreve os temas que serão tratados com Vargas. Dos nove citados, cinco têm relação com turismo ou propaganda do Brasil: a *Transequator*, uma companhia aérea; a Exposição de Dallas e a Feira Internacional de Nova York, eventos de grande porte dos quais o Brasil participaria, e que eram bastante abordados pela mídia local; o *Brazilian Tourist Bureau* dispensa maiores comentários; e a Pan Am, empresa aérea norte-americana em operação no Brasil desde 1930 sob o nome de Panair do Brasil.

A carta enviada por Francisco Silva Júnior, em 23 de julho de 1937, ao ministro da Fazenda, Arthur de Souza Costa (C.10/37b), demonstra que, a despeito de todos os seus esforços, a agência de turismo e propaganda brasileira criada por ele para ressaltar as belezas de seu país, de forma praticamente independente, ainda não fora reconhecida e apoiada pelo Governo Vargas, ou mesmo pelo empresariado brasileiro. Nem a interferência de Aranha em maio de 1937, por carta direta a Vargas, surtira efeito até então.

Disposto a não abrir mão do seu projeto da agência, e onde investiu suas economias, Silva Jr. continua em busca de apoio, e se comunica com o então Ministro da Fazenda.

Inicialmente, agradece sua visita ao *Brazilian Tourist Bureau*, e a oportunidade de lhe mostrar a estrutura e o trabalho desenvolvido na agência. A visita e a conversa que tiveram pessoalmente despertou o interesse do ministro, que chegou a lhe pedir que enviasse cópia das cartas já remetidas a Oswaldo Aranha e a Getúlio Vargas, nas quais expôs sua ideia do Bureau, na esperança de que o Governo reconhecesse a relevância de sua proposta, e tomasse as medidas necessárias para sua implantação. Ao ministro, Silva Júnior destaca que conta apenas com capital próprio, mas agradece a Oswaldo Aranha o estímulo recebido.

O autor afirma que recorreu a prefeituras, aos hoteleiros e às agremiações de turismo em busca de ajuda de custo, mas nada recebeu. Ao fazer o mesmo com empresas norte-americanas, recebeu a permissão de comercializar os produtos das companhias de navegação,

⁵² A Companhia Mogiana de Estradas de Ferro foi fundada em 1872 por produtores de café, inaugurando sua primeira linha, entre Campinas e Jaguariúna (SP) no ano de 1875. A crise econômica instalada na década de 1930, decorrente do crash de 1929 e do pós-guerra, refletiu diretamente sobre a produção de café causando seu declínio. O Governo Vargas deu início a um processo de saneamento, reorganização e estatização das ferrovias que se encontravam em dificuldades financeiras. A Mogiana foi incorporada pelo governo do Estado de São Paulo.

da Panair, dentre outros, como agente autorizado, comissionado pelas vendas. Obteve, então, colaboração para divulgação do Bureau. Hotéis americanos e canadenses também se prontificaram a ajudar na divulgação, assim como as empresas aéreas: *TWA*, *UNITED AIR LINE*, *AMERICAN AIRLINE*, *EASTERN AIR LINE*. Seu ganho, baseado em comissões de vendas dos produtos destas companhias, não incidiria em custos para os turistas.

Em uma explanação sobre o mercado de turismo e propaganda nos Estados Unidos, Silva Jr. apresenta os custos de outros países com divulgação para o turismo, maiores em valor e menores em abrangência de serviços que os oferecidos por ele, pelos quais solicitou ao Governo Vargas verba anual de \$42,200.00. Aponta que o Brasil gasta valor muito maior que esse com propaganda “feita a esmo, imprática, inútil, em países que não nos devem interessar”, e com propaganda local e inadequada.

Diante disso, o autor pede a colaboração do ministro para que as repartições públicas, o comércio hoteleiro, as estradas de ferro, as companhias de navegação e as prefeituras enviem material para divulgação do país: fotos, mapas, gráficos, indicadores, e outros. Solicita, ainda, fotografias de carros ferroviários, mapas ferroviários, propaganda das estradas de ferro, fotos do Rio de Janeiro, suas principais cidades, praias, quedas d’água, em quantidade regular. Requisita, também, que o ministro interceda, junto ao Governo para que lhe seja prestado auxílio financeiro, em decorrência dos custos do Bureau.

É curioso perceber a demora do Governo em apoiar esta iniciativa, mesmo diante de tantos argumentos e de tantas demandas a respeito. Não se sabe se foi a ambiguidade ideológica de Vargas que o impediu de tomar as medidas necessárias naquele momento, ou se a lentidão dos chamados setores competentes, aos quais foram entregues as solicitações do Sr. Silva Jr, esbarraram em interesses pessoais.

A despeito da demora e do evidente descaso do empresariado brasileiro, as medidas foram sendo tomadas com o surgimento das necessidades maiores que vieram a se apresentar. E que poderiam ter sido evitadas, caso Silva Jr tivesse sido atendido com mais presteza.

A próxima comunicação foi feita por Aranha, enviada ao ministro da Fazenda, Arthur de Souza Costa (C.10/37c). A despeito da mensagem curta e objetiva, este telegrama tem sua importância dentro de um conjunto de cartas em que são tratados os mesmo temas, por demonstrar que Aranha havia se interessado pelas propostas de Francisco Silva Jr. O interesse foi tanto que fez Aranha telegrafar ao ministro da Fazenda para que o mesmo cumprisse, juntamente com Lulu, seu irmão Luís Aranha, o prometido a Silva Jr.

Outra correspondência pequena, porém esclarecedora, foi a de um empresário do café, cuja assinatura é ilegível. A carta C.10/37c, na verdade um bilhete manuscrito, demonstra o interesse de Aranha no sucesso das ações propostas por Francisco Silva Júnior, para tanto, uma vez que os empresários brasileiros não estavam colaborando adequadamente, optou por interferir, fazendo uso de sua boa imagem e de suas habilidades como negociador. A partir do bilhete que recebeu do empresário, pressupõe-se seu pedido para que Silva Jr obtivesse o apoio e o material de que necessitava.

Em sua mensagem, o empresário agradece a atenção recebida do embaixador quando esteve em Washington e envia trabalho de sua autoria sobre o café brasileiro, pois percebeu seu interesse no assunto. Informa que, como foi solicitado pelo embaixador, teve longa conversa com Francisco Silva Júnior, e combinou com ele todas as providências a serem tomadas quanto ao *Brazilian Tourist Bureau* no Rio de Janeiro.

Com tão poucas palavras, o que se pode depreender desta conexão? Deduz-se uma relação amistosa e de certa proximidade, mas não muito, uma vez que houve um encontro, uma longa conversa, um pedido, um agradecimento, um presente e o relato de uma solicitação prontamente atendida. Considerando a demora habitual nos encaminhamentos e resolução de problemas neste setor, como se pode verificar pela morosidade no pedido de ajuda de Silva Jr. a Vargas – encaminhado ao setor competente -, percebe-se que Aranha, decidiu buscar apoio por vias não oficiais, e, ao que parece, obteve bom resultado.

Em tempos de dificuldades de comunicação e de necessidade premente de construir e manter uma imagem positiva do Brasil no exterior, além de propiciar a realização de negócios com empresários estrangeiros, Aranha defende claramente a existência e a atuação do *Brazilian Tourist Bureau*. Certamente, os anos de estadia na América do Norte lhe trouxeram a oportunidade de compreender os usos do turismo e da propaganda de maneira mais efetiva em favor de cada país.

Em dezembro de 1937, Francisco Silva Júnior envia nova carta a Oswaldo Aranha (C.10/37c). A correspondência evidencia as dificuldades a que vem sendo submetido, tendo a necessidade de prestar contas dos seus feitos e gastos, buscando para isso, o aval e a conferência de pessoas de idoneidade reconhecida e de importância política dentro do Governo Vargas, tais como o ministro da Fazenda, Arthur de Souza Costa, o cônsul geral do Brasil nos Estados Unidos, Sr. Luiz Faro Júnior, e o jornalista político do jornal O Estado de São Paulo, Rafael Corrêa de Oliveira.

A carta em questão trata diretamente da manutenção do *Brazilian Tourist Bureau*. O autor afirma que irá ao Rio de Janeiro no início de 1938 para tratar deste assunto. Conta com a ajuda do embaixador e do ministro da Fazenda para testemunhar em seu favor, e afirma que enviou a lista de despesas do Bureau, devidamente conferida por Rafael Corrêa de Oliveira e Luiz de Faro Júniorr., entregue a Alzira Vargas.

Silva Júniorr se mostra otimista, e espera ter a oportunidade de expor às autoridades o que já conseguiu realizar e o que ainda pode ser feito futuramente, desde que receba auxílio financeiro.

A manutenção de uma boa imagem do Brasil e do presidente Getúlio Vargas no exterior continua a ser uma preocupação para Silva Jr. Assim, ele reforça a necessidade de se manter uma agência de propaganda sobre o Brasil e seu governante – o *Brazilian Tourist Bureau* -, para acabar com a falta de informações e as campanhas maldosas sobre Vargas. Segundo o autor, “o nome de Getúlio Vargas, graças à ignorância norte-americana em assuntos internacionais, é sinônimo de tudo que espelha crueldade, despotismo, arrogância, tirania e vileza” (C.10/37c).

E complementa: “Se podemos culpar a ignorância americana, em parte, é justo também que culpemos a nossa indiferença pelos métodos aqui usados para combater as opiniões errôneas e esses preconceitos perniciosos à coletividade brasileira” (C.10/37c).

É importante lembrar que esta carta foi escrita um mês após a implantação do Estado Novo no Brasil (10/11/1937), e que, antes disso, o Governo Vargas esteve envolvido com diversos problemas com jornalistas estrangeiros que publicaram matérias desfavoráveis ao seu governo e ao Brasil. Havia muito com o que se preocupar.

Para ilustrar, Silva Jr dá exemplos de líderes de outros países que rebatem as críticas recebidas com publicidade especializada. Quanto ao *Brazilian Tourist Bureau*, Silva Jr lamenta a falta de fotos e filmes atualizados sobre Vargas. Acha o material enviado ultrapassado, e que não corresponde aos momentos atuais vividos pelo país.

Ainda demonstrando seu total interesse na construção da imagem do Brasil no exterior, o autor cita a Feira Internacional de Nova York, a ser realizada em 1939/1940, colocando-se à disposição para integrar a equipe que cuidará da participação do Brasil neste evento. Diz claramente que espera que o embaixador se lembre de seus esforços em prol do Brasil quando formar a comissão de organização do stand brasileiro.

A carta que vem na sequência, escrita em 05/05/1937 para Oswaldo Aranha, teve como remetente o jornalista Rafael Corrêa de Oliveira (C.11/37). Nela, Rafael de Oliveira escreve em papel timbrado do *Brazilian Tourist Bureau*, uma apresentação do Sr. Robert Michaelis, diretor da companhia aérea *Transequator*, que vinha realizando estudos para a implantação de uma nova linha aérea entre Nova York e Rio de Janeiro. Corrêa pede a Aranha que o receba, pois o assunto é de bastante interesse para o Brasil.

A *Transequator*, empresa norte-americana, cuja operação em espaço aéreo brasileiro já fora autorizada em 1934 para realização de estudos, propunha-se a cobrir a mesma rota da antiga NYRBA – Nova York, Rio de Janeiro, Buenos Aires –, encampada pela Pan American Airways, registrada como PANAIR do Brasil. Mais uma empresa com interesse em operar no Brasil, buscando o apoio de quem sempre demonstrou interesse pelo desenvolvimento da aviação civil do nosso país.

Outro ponto a ser observado, ainda que não em destaque, é o livre trânsito de Rafael Corrêa de Oliveira, que ora era portador de documentos da embaixada brasileira a serem entregues a Getúlio Vargas em mãos, e que ia tratar de assuntos de relevância na política externa (C.10/37a), ora surgia como representante do *Brazilian Tourist Bureau*, junto ao cônsul geral do Brasil nos Estados Unidos, Sr. Luiz de Faro Jr., como responsável pela conferência da documentação a ser apresentada na prestação de contas do *Brazilian Tourist Bureau* ao Governo Vargas (C.10/37b e C.10.37e). Isso, sem considerar que Corrêa era jornalista político de um dos grandes jornais brasileiros, O Estado de São Paulo.

Sua pequena carta revela a importância dada por Aranha às questões relacionadas à aviação civil/comercial brasileira, cujo desenvolvimento desencadearia impactos positivos, uma vez que alimentariam uma rede de ações voltadas à consolidação do Brasil como país atrativo para o turismo e para os negócios.

A carta C.12/37, a única dentre as apresentadas que não compõe o arquivo de correspondências de Oswaldo Aranha, mas o de Getúlio Vargas, revela as preocupações do embaixador e sua compreensão quanto à necessidade premente de se trabalhar a imagem positiva do Brasil no exterior, através da propaganda, o que diminuiria os riscos de novos conflitos políticos semelhantes ao caso dos *destroyers*⁵³, ocorrido na Argentina. Quando

⁵³ Crise diplomático-militar ocorrida em agosto de 1937 quando Brasil negocia com os Estados Unidos a cessão de *destroyers* para a Marinha brasileira, após pressão da Argentina, contra o acordo, diversos países também discordaram e o Congresso Americano desistiu. (WALDMANN JR, 2017)

enviou carta, Aranha havia chegado da Argentina há pouco tempo e ainda se mostrava abatido e aborrecido por não ter alcançado seu objetivo: trazer os *destroyers* para o Brasil.

A exposição de seus argumentos para Vargas corrobora com praticamente tudo o que Francisco Silva Jr lhe falou sobre a urgência de se ter uma agência de propaganda e turismo local do Brasil nos Estados Unidos.

Desanimado com o desentendimento com a Argentina, ou provocado por ela, Aranha explica a Vargas a urgência em se fazer propaganda nos Estados Unidos. Destaca alguns pontos bastante relevantes. Dentre eles, o desconhecimento quase integral sobre o Brasil; a ausência de propaganda e de ação brasileiras para ganhar a simpatia da opinião pública norte-americana.

O Embaixador, finalmente, reconhece que os recursos de que dispõe não são suficientes para tal empreitada, assim, era preciso haver planejamento e um entendimento anteriores a qualquer ação.

Aranha observa que:

A ação diplomática não basta. A financeira é inglesa, a comercial tem sido alemã, a militar é francesa, a naval hesitante, ainda que com tendências americanas, e a propaganda nula ou contraproducente, como no caso das exposições, do café, das agências telegráficas, da entrada de estrangeiros, etc, etc. (C.12/37)

Aranha compreende, afinal, que é a opinião pública que comanda as elites daquele país, e essa classe será favorável às ideias que estiverem sendo “*melhor e mais efetivamente*” sendo divulgadas pelo país. Segundo ele, é preciso conquistar a opinião pública, pois é praticamente inútil conquistar apenas o Governo.

A partir daí, Aranha faz uma explanação sobre as ações da Argentina nos Estados Unidos, seus recursos, suas ações de propaganda, que podem ser comprovadas no episódio dos *destroyers*. Assim, sugerindo que se adote o mesmo modelo da Argentina – agência de propaganda, uma empresa que prestasse assessoria de comunicação, colocando notícias positivas sobre o Brasil nos jornais, Aranha afirma que é preciso que haja uma boa verba para propaganda – permanente e fixa – para veicular anúncios e matérias nas melhores revistas americanas, tais como Time, Vogue, Fortune e Life. Estas revistas, por não conseguirem o Brasil como anunciante, veicularam, anteriormente, matérias depreciativas sobre o País.

Dentre as sugestões estão também a distribuição de livros e mapas modernos nas universidades; a contratação, em segredo, de um colunista americano; promover uma ação

coordenada de propaganda comercial entre o Bureau Comercial de Nova York, o Bureau de turismo e demais empresas interessadas. Desta forma, os benefícios seriam imensos, quer os financeiros, os econômicos e os políticos.

Em meio à movimentação no setor aéreo brasileiro, com o interesse de novas companhias aéreas em operar por aqui, as fusões de companhias aéreas já estabelecidas e a inauguração de outras, Aranha ainda precisava administrar um ambiente de vaidades, desconfianças e ressentimentos. Isso pode ser observado na carta enviada pelo Tenente-coronel Eduardo Gomes (Cp.13/37a).

Eduardo Gomes escreve a Aranha para expor sua indignação pela liberação da exploração do espaço aéreo brasileiro por uma companhia americana, a PANAIR. Segundo ele, a mudança da legislação, suprimindo-se o artigo 6º do Decreto-lei 24.572⁵⁴, passando a valer o Decreto nº 1.757⁵⁵, deixando de atender aos anseios dos militares e do Estado Maior do Exército, era considerada uma ilegalidade e truculência.

A questão trata da nova linha aérea explorada pela PANAIR, subsidiária da Pan American Airways, que seguiria o seguinte roteiro:

“[...] tráfego aéreo internacional sobre o território brasileiro, ao longo da costa, entre a fronteira norte e o Rio de Janeiro, com escalas em Belém, São Luís, Amarração, Camocim, Areia Branca, Natal, Recife, Maceió, Aracaju, Bahia, Caravelas e Vitória. E do Rio de Janeiro até a fronteira com o Paraguay”. (Cp.13/37a).

Gomes acusa Aranha de passar por cima dos interesses nacionais, privilegiando uma companhia aérea norte-americana, quando as nacionais eram capazes de executar os voos propostos. Fica claro na carta que a concessão só foi permitida após a interferência de Aranha, que telegrafou a Vargas, recomendando a aprovação.

⁵⁴ **Decreto n. 24.572 – de 4 de julho de 1934, art. 6º:** Ficam reservadas ao Correio Aéreo Militar e às aeronaves de empresas nacionais tripuladas unicamente por aeronautas brasileiros, as seguintes linhas de serviço aéreo: do Rio de Janeiro à Santa Maria, por São Paulo, Itararé, Ponta Grossa, Guarapuava, Palmas, Zanxerê e Cruz Alta; de São Paulo à Corumbá, por Baurú, Araçatuba, Três Lagoas, Campo Grande e Miranda; de qualquer ponto do Paraná ou de Santa Catarina à Foz do Iguaçu ou às margens do Rio Paraná; e de qualquer ponto da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil em direção ao Sul. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=447015&id=14415539&idBinario=15797028&mime=application/rtf>> Acessado em: 12 mar 2018

⁵⁵ **DECRETO N. 1.757 – DE 2 DE JULHO DE 1937: Artigo único.** As linhas aéreas internacionais entre países estrangeiros, com passagem sobre o território nacional, poderão atravessar a zona compreendida entre qualquer ponto do Paraná ou de Santa Catarina e Foz do Iguaçu ou as margens do rio Paraná, à qual se refere o art. 6º do decreto n. 24.572, de 4 de julho de 1934, mediante a necessária autorização e observadas as disposições legais que regulam o estabelecimento e a manutenção das linhas aéreas internacionais no Brasil. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=394030&id=14226112&idBinario=15830417&mime=application/rtf>> Acessado em: 12 mar 2018

Há o relato de que a Aviação (entende-se aqui como os militares) já havia impedido pela força que se inaugurasse irregularmente a nova linha da PANAIR. E, assim, todos se sentiram traídos por Aranha, que supostamente desprezou os pareceres dos militares e de outros órgãos técnicos.

Gomes insinua que a concessão da nova linha aérea representa um desrespeito aos ideais da Revolução de 1930, deixa transparecer desapontamento com Aranha e se coloca como ofendido por não ter recebido resposta imediata do Embaixador à sua carta.

Ao analisar a correspondência recebida, na qual foram anexados a portaria que oficializou a concessão no Brasil, e a que fez o mesmo na Argentina, Aranha responde a Eduardo Gomes (C.13/37b), de maneira firme e cordial, posicionando-se a favor dos norte-americanos, segundo ele, “os melhores amigos que o Brasil poderia ter”. Lembra a Gomes o episódio dos *destroyers*, conflito recém-ocorrido em que a Argentina se opôs à liberação de navios de guerra para o Brasil, durante o qual o Presidente Roosevelt teve que intervir em favor do Brasil, porém sem sucesso, e que causou forte oposição do Congresso americano, e da população, além de reações contrárias de países como Inglaterra, França, Itália, Alemanha, além da própria Argentina, Paraguai, Chile, Equador, Peru, Venezuela e Uruguai. Aranha revela que não confia na amizade alemã, sempre agressiva e imperialista, desta forma, se dispõe a conversar com Vargas a respeito do assunto, desde que Gomes lhe responda por que razão afirma ser preferível fazer concessões à VASP e à Condor.

Vale destacar que a Condor era uma empresa de capital alemão, que operou junto com a VARIG por alguns meses, sendo esta última criada e dirigida por um alemão, pilotada por alemães e com equipamentos e aviões também alemães.

Essa simpatia de Eduardo Gomes pode ser associada aos seguintes fatos: militar, Tenente-coronel da Força Aérea Brasileira, cuja formação o levava a priorizar questões referentes à defesa nacional, ao potencial de operação militar dos alemães, neste período admirados por uma parcela significativa dos militares e políticos brasileiros.

Ainda tentando se fazer compreender, Aranha apresenta argumento que nos leva a pensar nas ações futuras, suas e do Governo Vargas, quanto à cessão do espaço aéreo brasileiro, e da cordialidade do Brasil para com os Estados Unidos. Considerando as dificuldades ocorridas neste ano de 1937, tanto quanto ao arrendamento dos *destroyers* quanto em relação à pouca visibilidade do Brasil nos Estados Unidos, o que representaria certa lentidão e embaraço na realização de negócios entre os dois países, era de se imaginar que Aranha adotasse as mais

diversas estratégias para conquistar a confiança e o interesse dos Estados Unidos, não só o Congresso, mas os empresários e, posteriormente, a população.

Após o envio das primeiras cartas aqui apresentadas entre Gomes e Aranha, acerca da concessão para exploração do espaço aéreo brasileiro pela PANAIR, Eduardo Gomes se dirige novamente ao Embaixador, de forma menos ressentida, explicando seus argumentos (C.13/37c). Agora, Gomes compara as ações do Brasil e da Argentina sobre o mesmo assunto. Ao comentar a portaria publicada pelo Governo Argentino, e a do Brasil, evidencia a abertura ampla que a PANAIR teria no Brasil, ameaçando as companhias aéreas nacionais e as estrangeiras que aqui estivessem atuando. Enquanto a Argentina se cercava de garantias e dava apenas autorização temporária à PANAIR, atrelada à reciprocidade dos outros países para com ela (EUA, Brasil e Uruguai), o Brasil estaria permitindo muito, sem garantias de volta. Segundo Gomes, o Brasil estaria revogando sua política aérea facilmente, enquanto a Argentina se cercava de garantias e impunha restrições para assegurar seus próprios interesses.

Ao fim da carta, Gomes insinua que a Argentina esperou que o Brasil desse a concessão aos americanos para depois pleiteá-la também para si, o que deixaria o Brasil sem condições de negar.

É importante observar os conflitos e a rivalidade existente entre Brasil e Argentina, para compreender que todas as ações deste episódio se referem a uma briga pela liderança continental. Esta contenda colocaria a Argentina em oposição não apenas ao Brasil, mas aos Estados Unidos, acusado de favoritismo e protecionismo com os pedidos brasileiros.

Este assunto rendeu ainda mais uma carta, esta, de autoria do Sr. Maxwell Jay Rice, presidente da PANAIR do Brasil (C.13/37d).

Rice escreve ao Embaixador lamentando o posicionamento do Coronel Eduardo Gomes, quanto à exploração da nova linha aérea da PANAIR no Brasil. A carta deixa transparecer uma relação próxima, certamente de forma proposital, de amizade e cortesia entre os dois, e a familiaridade deste com o Brasil, mais especificamente com o Rio de Janeiro, onde morava há oito anos.

Rice relata a Aranha ter atendido seu pedido de dar desconto de 25% à pianista brasileira, Guiomar Novaes⁵⁶, com sólida carreira internacional e grande intérprete de Heitor Villa-Lobos, sendo responsável pela divulgação de sua obra nos EUA. A carta, permeada de fatos pessoais, aponta uma relação próxima entre as famílias dos dois, citando as esposas, e um convite para jantar na casa de Rice.

As duas próximas cartas vêm a reforçar o entrelaçamento das ações relacionadas ao turismo, à aviação comercial, e à política de relações exteriores desenvolvida pelo Governo Vargas.

Em 29 de novembro de 1937, John A. Bravo Palma escreve ao embaixador Oswaldo Aranha (C.14/37). O autor, presidente do Club *Las Três Americas*, instituição que “trabalha pelo ideal do pan-americanismo” comunica a criação do departamento *Las Três Americas Service Bureau*, cujo objetivo era promover o turismo e o intercâmbio comercial e cultural entre os países americanos (norte, centro e sul). A instituição se propunha a também auxiliar norte-americanos que quisessem conhecer a América Latina, e vice-versa. O boletim oficial do Club seria feito em consonância com o Bureau, dedicando-se ao fomento dos ideais do *Club Las Tres Americas*. Palma solicita o apoio e a colaboração da embaixada brasileira.

Vale ressaltar que Oswaldo Aranha era defensor apaixonado dos ideais panamericanistas, tendo sido convidado a assumir a presidência da Sociedade Amigos da América⁵⁷, cujo fechamento pelo Governo gerou uma crise entre Aranha e Vargas, e sua exoneração do Ministério de Relações Exteriores.

É interessante observar que neste mesmo ano, havia um movimento crescente de aproximação com países da América do Sul, sendo oficializado o convênio para a eliminação de barreiras comerciais e para o fomento das atividades turísticas entre Brasil e Uruguai, por meio do Decreto-Lei nº1.846.

A carta seguinte (C.15/38), datada de novembro de 1938, vai de Charles Stuart, engenheiro norte-americano, presidente da *Stuart, James&Cookies Inc.*, vice-presidente do Banco de Exportação e Importação dos Estados Unidos, e diretor da *American-Russian Chamber of*

⁵⁶ Guiomar Novaes (1894 – 1979) – Pianista paulistana, dedicou-se aos estudos de piano durante vários anos no Conservatório de Música de Paris. Reconhecida como revelação pelos mestres da música da época, foi uma das grandes intérpretes de Heitor Villa-Lobos.

⁵⁷ Sociedade civil fundada em 1º de janeiro de 1943 no Rio de Janeiro, então Distrito Federal, com o objetivo declarado de apoiar a luta dos Aliados na Segunda Guerra Mundial pela preservação dos “ideais democráticos” e contra o totalitarismo. Constituiu na verdade um núcleo de oposição ao Estado Novo, sendo por isso fechada em 1944. Reaberta em 1945, foi em pouco tempo absorvida pela União Democrática Nacional (UDN) (CPDOC/FGV) Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/sociedade-amigos-da-america>>. Acesso em: 20 out 2017

Commerce, para o então embaixador brasileiro nos Estados Unidos, Sr. Mário Pimentel Brandão.

Charles Stuart inicia sua carta com amenidades, tais como: agradecendo a atenção recebida, comunicando que enviará o livro “Condições europeias no relacionamento com o comércio exterior e os créditos de exportação”, de sua autoria; aborda o interesse manifestado pelo Embaixador, de instalar uma fábrica de aviões no Brasil; coloca-se à disposição, assim como projetistas, designers e supervisores para ajudar a realizar este projeto; faz referência a um plano proposto, apresentado em carta do dia 03 de novembro, ou seja, apenas cinco dias antes. Finaliza, sugerindo que o Embaixador converse com Vargas, e pede uma oportunidade para conversarem em seguida. Esta carta, simples e objetiva, deixa ver de forma clara, não só o interesse crescente do Brasil no incremento da aviação e sua infraestrutura, como também, a frequência e a clareza com que esse tema passa a ser abordado. A rapidez com que se deseja tratar dessa possibilidade de negócio – duas cartas em cinco dias - demonstra o interesse dos norte-americanos em atender aos desejos brasileiros e estreitar relações econômicas com o nosso país.

Após a apresentação das cartas recebidas e enviadas por Oswaldo Aranha - documentação primária que dá suporte a esta tese -, passaremos a analisá-las, separadamente ou em conjunto, na medida em que se enquadram nos temas que compõem a tríade trabalhada nesta pesquisa: turismo-propaganda-patrimônio. Serão abordados o contexto da Segunda Guerra, os momentos anteriores a ela, as relações entre Brasil-Alemanha e Brasil-Estados Unidos, o fluxo de viajantes que aqui chegavam, as ações governamentais voltadas para a cultura brasileira, o Departamento de Imprensa e Propaganda, a aproximação com os Estados Unidos e suas consequências, enfim, os mais diversos pontos que nos levarão a compreender a forma como se deu a relação entre a política Varguista e as atividades de turismo, propaganda e patrimônio no Brasil.

Nos capítulos que se seguem a este, a correspondência recebida por Oswaldo Aranha nas diversas fases de sua efetiva participação no Governo Vargas, é associada a outros documentos, tais como matérias de jornal e revista, artigos, teses, dissertações e livros publicados sobre o assunto, além de serem conectadas ao momento político e econômico vivido pelo Brasil nos 15 anos da chamada Era Vargas.

4 DESLOCAMENTOS – UMA VIAGEM SOB AS ASAS DA POLÍTICA NACIONAL

Pensar sobre a evolução dos meios de transporte no Brasil durante a Era Vargas é refletir também sobre o desenvolvimento comercial e turístico do país, ressaltando que a questão cultural se apresenta aqui como *locus* que abriga as discussões e ações relativas ao Patrimônio, sendo, porém, abordada posteriormente, em item separado. Considerando que estas áreas estão interligadas, fica difícil dissociar os jogos de interesses que ocorriam nesse período, estando diretamente relacionadas às questões financeiras, comerciais e políticas.

As cartas recebidas e enviadas por Oswaldo Aranha, documentos primários analisados nesta tese, nos levam a conhecer os meandros desse jogo, em alguns de seus momentos significativos.

Compreender como se dá o deslocamento relacionado à atividade turística no Brasil de 1930-1945 é fundamental para o desenvolvimento desta tese. Pode-se mesmo afirmar que é o marco inicial. Não apenas no que se refere ao turismo, mas ao desenvolvimento econômico do País no período Vargas. Para tanto, é preciso que se contextualize esse movimento de ir e vir, relacionando-o aos meios de transportes disponíveis à época – aquaviário, rodoviário e aeroviário. Considerando que estamos tratando de trânsito de passageiros, foi dado destaque aos meios citados, uma vez que estes tiveram maior projeção no cenário de viagens no Brasil, apresentando, inclusive, a segmentação do viajante por classe – primeira, segunda e terceira – de acordo com seu status e poder econômico. Desta forma, aborda-se neste capítulo, o deslocamento, entendido aqui como ato de viajar, de fazer turismo, mesmo que nos dados apresentados, a expressão “turismo” não apareça literalmente. Há, no entanto, um conjunto de informações que nos leva a tratá-los desta forma.

Destaca-se que os meios de deslocamento têm relação direta com a atividade turística, adotada por Vargas como um dos pilares para a construção de uma imagem favorável do Brasil no exterior, sendo, então, considerada uma ferramenta de sustentação política, tal qual patrimônio e propaganda. Assim, vamos a eles.

O transporte ferroviário não foi contemplado em razão do declínio vivenciado pelo setor a partir dos anos 1920, com o avanço da industrialização no país, que gerou o incentivo ao

transporte rodoviário, já com o presidente Washington Luís, conhecido como “presidente estradeiro”⁵⁸.

Ao comparar o sistema ferroviário do Brasil e da Argentina, Silva Jr (2007) evidencia que

Ambos os sistemas ferroviários começaram a declinar na década de 1920, quando se inicia a concorrência com o transporte rodoviário, em uma conjugação de fatores tecnológicos, políticos e econômicos. Tecnológico porque a indústria de automóveis despontava no desfile de novas tecnologias e eficiência, político e econômicos porque havia interesses da indústria automotiva multinacional em usufruir de mercados com grande potencial de crescimento. (SILVA JR, 2007, p.30)

As ações de deslocamento sempre estiveram presentes na história da humanidade, independente dos motivos que levassem a ela. Há exemplos de grupos nômades em todos os continentes, uns se acomodaram e se fixaram em algum território, outros se mantiveram em movimento, ainda que em menor escala.

A atividade turística, assim como a ação de compartilhamento e troca de saberes e informações, prescinde do deslocamento humano. Nos registros iniciais da atividade turística, ainda quando não se reconhecia como ocupação comercial, mas de caráter educativo, o movimento era feito por meios de transportes diversos, as viagens eram longas e as formas de deslocamento eram pouco confortáveis, ou seja, a pé, de carroça/carruagem, a cavalo, e posteriormente de navio, trem e, por fim, automóvel e avião.

Foi no início do século XX que o desejo do ser humano de alçar voo se concretizou. Não nos interessa aqui entrar na discussão acerca do inventor do avião, porém, a título de informação, vale destacar que há outros nomes que concorrem com Alberto Santos Dumont pelo título: os irmãos norte-americanos Wilbur e Orville Wright, e o engenheiro francês Clément Ader. Assim, considerando que Santos Dumont teve seus feitos legitimados e premiados pelo Aeroclube da França, com a construção do 14-BIS e seu voo em 1906, e teve seu trabalho reconhecido nesta área, é a ele que se refere o título de Pai da Aviação. Toma-se, então, este

⁵⁸ Adotando o lema “Governar é abrir estradas”, Washington Luís foi denominado de Presidente Estradeiro, como se pode verificar nas publicações: Correio da Manhã (edição 10462, 10 fevereiro 1929); Gazeta de Notícias (edição 00243, 21 outubro 1926); A Manhã (edição 00147, 18 junho 1926); O Paiz (edição 15091, 13 fevereiro 1926), entre outras, disponíveis em <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>> Acesso em 20 agosto 2016

feito como marcador temporal para a história da aviação e seu desenvolvimento também no Brasil.

A evolução da aviação se deu, em grande parte, pela necessidade de se criar meios mais rápidos e eficientes para o transporte de correspondências e mercadorias. Um invento extraordinário que, por suas características de velocidade revolucionou a história da guerra, sendo adotado como arma já na Primeira Guerra Mundial.

No período entre guerras, a aviação evoluiu tecnologicamente e se manteve como de uso prioritariamente militar. Porém, com as novas demandas políticas e comerciais passou a ser difundida como meio de transporte da modernidade. Assim, vê-se a partir dos anos de 1920, a eclosão de campos de pouso para hidroaviões, os aeródromos, e algumas torres de atracamento para dirigíveis.

O estabelecimento de novas e intensas relações comerciais entre países distantes geograficamente, era o estímulo que impulsionaria o aprimoramento dos meios de transporte, de forma geral, porém, neste momento, mais especificamente a aviação.

No Brasil, um grupo de civis e militares, simpatizantes da aviação, decidiu criar o Aeroclub Brasileiro. O fato se deu a 14 de novembro de 1911. Com o apoio do empresário Irineu Marinho, dono do jornal *A Noite*, a assembleia de fundação ocorreu na sede do periódico. Seu primeiro espaço de atuação foi o Campo dos Afonsos, na Zona Norte do Rio de Janeiro, área militar onde teve início a primeira escola de aviação brasileira, instalada neste espaço até 1919. A partir do ano de 1932, o Aeroclub Brasileiro mudou-se para o Campo de Manguinhos, nas imediações do Instituto Oswaldo Cruz, tendo total apoio do Governo Federal, na pessoa do presidente Getúlio Vargas.

No ano de 1913 o Aeroclub foi filiado à *Fédération Aéronautique Internationale* - FAI-, e, como sua representante, passou a avaliar os pilotos formados no Brasil. A aviação no Brasil começa, então, a ganhar força e prestígio, e o próprio país, passa a despertar a atenção de aviadores estrangeiros, como no caso dos pilotos portugueses Gago Coutinho e Sacadura Cabral que se propuseram a fazer a travessia da Europa para a América do Sul, no ano de 1922.

Com o interesse crescente na aviação, associado ao conceito de modernidade tão em voga no início do século XX, a cidade do Natal, capital do Rio Grande do Norte, também abriu espaço para o meio de transporte mais rápido e eficiente do momento. Há registros da aviação civil

no Estado do RN desde a década de 1920, com a construção de aeródromos para o pouso de aeronaves em voos comerciais de empresas europeias.

Segundo Vianna (2017),

A década de 1920 abriga em Natal a construção de diversos aeródromos, para receber voos comerciais de empresas alemãs, francesas e italianas. A movimentação era significativa. Aviões e hidroaviões começaram a fazer parte da vida da cidade do Natal desde o início do século XX.

Cascudo (2010, p.537) faz uma compilação de dados da época e apresenta a frequência dos pousos na cidade do Natal nos anos 1920, cujos dados podem ser conferidos a seguir. (V. Quadro 3)

Quadro 3: Dados da aviação em Natal - 1920.

ANO	AERONAVE	COMANDANTE/TRIPULAÇÃO
1922	Sampaio Correia II	Euclides Pinto Martins
1924	Argos	Sarmiento de Beires, Jorge de Castilhos, Manuel Antônio Gouveia.
1924	03 biplanos americanos	Herbert A. Dargue
1924	Jaú	Ribeiro Barros, Newton Braga, João Negrão, Vasco Cinquini
1924	Breguete da Latécoère	Paul Vachet, Deley e Fayard
1924	Nungesser-et-Coli	Costes, Le Brix
1926	Buenos Aires	Bernardo Duggan
1927	Santa Maria	Francesco Pinedo
1927	Laté-25	Pivot, Pichard e Gaffe
1928	Potiguar (Sindicato Condor)	Putz, Paschen
1928	Savoia-64	Arturo Ferrarin, Carlo del Prete

Fonte: CASCUDO, 2010. Organização: Andrea Vianna, 2017

Não obstante os registros de trânsito aéreo em Natal, a partir do ano de 1922, da criação de escolas de aviação militares, da fundação do Aeroclub Brasileiro e sua escola voltada para a formação de pilotos no Brasil, foi a partir do ano de 1927 que empresas aéreas começaram a operar efetivamente no país.

Segundo Ferreira (2017), as primeiras companhias aéreas que atuaram no Brasil foram: Condor Syndikat (1924 a 1927), a Viação Aérea Rio-grandense VARIG (1927 A 2006),

Syndicato Condor⁵⁹ (1927 a 1942), esta última passou a operar sob o nome de Cruzeiro do Sul (1942 a 1993), a NYRBA⁶⁰ – New York-Rio de Janeiro-Buenos Aires (1929 a 1930), e a VASP (1933 a 2005).

A dinâmica da aviação civil no Brasil da Era Vargas retrata a diversidade de países e culturas que atuavam em terras nacionais, e as relações amigáveis mantidas com seus respectivos governos. Empresas como a *Compagnie Générale Aéropostale* (CGA), a *Latécoère* (que depois virou *Air France*), e a *Ala Litoria* – LATI, não só atuavam no Brasil como tinham seus próprios campos de pouso.

Segundo Cascudo (2010), Oliveira (2014) e Vianna (2017), no ano de 1928, Juvenal Lamartine de Faria, governador do Rio Grande do Norte, e Fernando Pedroza, fundou o Aeroclube do Rio Grande do Norte, também com escola de pilotagem. Nesse período o governador foi responsável pela construção de 25 campos de pouso no RN.

Porém, a história da aviação civil do RN começou na gestão de José Augusto Bezerra de Medeiros (1924 – 1927), antecessor de Lamartine. Bezerra de Medeiros deu o primeiro passo para a chegada da aviação comercial no Estado: abriu o campo de pouso em Parnamirim, município que posteriormente abrigaria a Base Aérea Americana, e seria denominado de Trampolim da Vitória.

Vianna (2017) aponta que

Natal entra, assim, na rota mundial da aviação; a francesa Latécoère ligava a cidade à costa do Senegal e à França, com os serviços de aviação postal. Em seguida veio a Compagnie Générale Aéropostale e, logo estavam operando ao lado de empresas italianas, inglesas e norte-americanas, alçando Natal ao patamar de porta de entrada da América do Sul.

A diversidade de empresas aéreas que atuavam no espaço aéreo de Natal até a década de 1930, a exemplo da CGA (*Compagnie Generale Aeropostale*); NYRBA S.A. do Brasil (New York-Rio-Buenos Aires); Sindicato Condor Ltda; CAB – Companhia Aeronáutica Brasileira; *Latecoère* (*Air France*), e a *Ala Litoria* (LATI), extinta com a entrada do Brasil na Segunda Guerra (OLIVEIRA, 2014). A partir dos acordos estabelecidos com o governo norte-

⁵⁹ Criada em 1/12/1927 com sede no Rio de Janeiro. Tinha quatro sócios: dois alemães – Max Sauer e Fritz Hammer (um dos sócios fundadores do Condor Syndikat), uma empresa de representações do Rio de Janeiro chamada Herm Stolz & Cia, e o brasileiro Conde Ernesto Pereira Carneiro, dono da Companhia Comércio de Navegação e do Jornal do Brasil. (OLIVEIRA, 2009, p.53)

⁶⁰ A NYRBA S.A. do Brasil foi incorporada pela PAN AM e se transformou na Panair do Brasil, funcionando entre 1930 e 1965, quando teve suas linhas suspensas pelo presidente Castelo Branco.

americano, os campos de pouso foram desapropriados pelo Governo Vargas e cedidos para a instalação da base aérea norte-americana e suas demandas de infraestrutura.

4.1 O caso Varig: vestígios de conflitos e incompreensões

A história da aviação civil no Brasil apesar de intrinsecamente relacionada às questões comerciais, tem em seu cerne o componente político. Exemplo disso é a criação da VARIG, uma das primeiras companhias aéreas do país, concebida por Otto Ernest Mayer, piloto alemão, veterano de guerra.

Fortes (2004) aponta que o surgimento da VARIG ocorreu sob o véu de interesses estratégicos de converter o Brasil no terreno propício onde as linhas aéreas germânicas teriam espaço e condições adequadas para operar livremente. O autor chama a atenção para o fato de que a VARIG, subsidiada por um grupo de empresários⁶¹ brasileiros e alemães radicados no Rio Grande do Sul, não era uma empresa de caráter “familiar”, nem havia sido criada por afinidades culturais.

A Varig não era uma iniciativa econômica no cenário predominantemente familiar da economia gaúcha. Nem a fundação de uma companhia de aviação comercial nesse período pode ser compreendida fora do jogo estratégico internacional do entre-guerras. Para um especialista norte-americano, a Varig foi criada por iniciativa do Sindicato Condor, “uma companhia de propriedade alemã (controlada pela Deutsche Lufthansa) mas incorporada por brasileiros”, especialmente para assumir a linha aberta entre o Rio de Janeiro e o porto de Rio Grande, via Porto Alegre, passo importante para converter o Brasil em “base de operações das linhas aéreas alemãs pelo continente – um desenvolvimento lógico em vista da sua posição estratégica em qualquer rota para a Europa e sua grande população alemã. (FORTES, 2004, p.185)

A relação de Getúlio Vargas com a empresa, inclusive intervindo em seu favor junto aos Estados Unidos quando a VARIG quis comprar aviões americanos e teve seu pedido negado diversas vezes, deixa claro o componente político dessa proximidade.

A atuação da VARIG no mercado aéreo brasileiro foi, nos primeiros anos, bastante tumultuada. Com base nas cartas redigidas sobre o tema, pode-se afirmar que havia uma guerra de interesses e abordagens ambíguas, que deixam entrever favorecimentos.

⁶¹ Major Alberto Bins, José Bertaso (Livraria Globo), Charles Freb, Arthur e Waldemar Bromberg (Casa Bromberg), Rodolfo Ahrons, Adroaldo Mesquita da Costa (Jornal Correio do Povo), Emílio Gertrum, Jorge Pfeiffer e Ernesto Rotermund (Gráfica Rotermund, São Leopoldo). (FORTES, 2004, p.185)

A carta de Carlos Sylla a Aranha, enviada em 1931, revela o cenário de alguns conflitos expressivos existentes à época, em relação à VARIG. A empresa, fundada por um alemão residente no Brasil, e que já nasceu associada a outra companhia aérea germânica, a Condor Syndikat, foi pivô de indignações e atritos entre membros do Governo do Rio Grande do Sul e do Governo Revolucionário de 1930.

De acordo com Carlos Sylla, a VARIG, posando de companhia séria e promissora, pelas mãos do Sr. Otto Ernst Meyer-Labastille, descumpria sistematicamente os acordos feitos com o Governo do Rio Grande do Sul. E sua indignação se dava por crer que tudo acontecia com o aval de Oswaldo Aranha, sendo este, enganado pelas artimanhas de Meyer.

Ao saber agora pelo General Flores, que me disse não liquidar de vez esse assunto devido aos pedidos que tem recebido de ti em favor da Varig, é que resolvi recalcar aquele sentimento e desobrigar a minha consciência, incomodando-te ainda uma vez para te dar elementos esclarecedores e informativos a fim de que possas julgar com rigor e justiça essa malsinada questão.

Nella foste de começo, como eu também, enganado em tua boa fé, sendo que a maior culpa cabe a mim que, como entendido e pelo empenho que puz mesmo junto a ti pela Varig, devia antes ter estudado a sua situação. Como o que queríamos era ter serviço de aviação para o movimento revolucionário em preparo, não nos detivemos no exame de uma organização que parecia idônea e sã, sem suppôr sequer que já estava liquidada completamente, não possuindo mais nada a não ser um director incompetente e inescrupuloso que buscava justamente a salvação para o seu fracasso. (c.02/31a)

Sylla prossegue, tentando justificar suas observações e denúncias sobre a companhia aérea resultado de seu pendor patriótico: “...não vae em minha attitude contra a Varig, nenhum motivo de ordem pessoal: somente a defesa do meu Estado contra a tentativa de exploração de um estrangeiro...” (c.02/31a)

No entanto, finaliza sua comunicação, deixando transparecer algo mais que seus sentimentos nacionalistas, ao se referir à diretoria da VARIG, aos problemas que a empresa enfrentava naquele período, e às suas tentativas de resolver a situação, fazendo uso do nome de Aranha.

[..] essa verdadeira chantagem de um allemãosinho cavador, sem escrúpulos e sem competência. Deu a maior prova de sua má fé, da sua ignorância e da sua inépcia, liquidando em menos de três annos com os 1000 contos da Varig e com o que tentou fazer nos momentos de confusão da revolução. (C.02/31a)

As dificuldades aqui referidas são resultado de uma sequência de fatos ocorridos a partir da dissociação da Condor Syndikat e da Varig. No início, para que pudesse operar no Brasil, Otto Meyer, fundador da Viação Aérea Rio Grandense, se uniu à empresa alemã, cedendo

21% de suas ações em troca de dois hidroaviões e pessoal técnico especializado para operar as aeronaves. No ano de 1930, a Condor, se retira da sociedade e cobra a devolução das aeronaves cedidas inicialmente, e de parte em dinheiro, referente às ações que lhe cabiam. (RIBEIRO, 2008, p.74).

No ano anterior, em 1929, porém, a Varig já havia iniciado negociações com o Governo do Rio Grande do Sul, interessado em se tornar sócio da companhia aérea. Segundo Oliveira (2009),

O Governo cederia, pelo prazo de 20 anos, com opção por mais 20, o campo de Gravataí, para uso e administração da VARIG; lhe forneceria recursos financeiros, no montante de 399:000\$000, para acabamento deste, a construção de um hangar e respectivas instalações essenciais e, finalmente, lhe poria à disposição até 186.000 dólares, para que lhe adquirisse 4 aviões terrestres de passageiros de tipo Junkers F.13, com motor WASP comercial de 420 HP, 2 aviões de correio e carga Junkers W 34 e 2 aeroplanos KLEMM, para instrução. A VARIG, por sua vez, se obriga a adquirir do Governo, 2 dos 4 aviões Junkers F.13, de sua propriedade, mediante a entrega de 1050 de suas ações, assumiria a conservação dos 6 aviões deste e manteria uma escola de aviação, em que poderia ele matricular anualmente, a título gratuito, até 10 alunos, da Brigada Militar. (OLIVEIRA, 2009, p.56)

Este acordo foi firmado quando Oswaldo Aranha era Secretário do Interior do Estado, naquele momento governado por Getúlio Vargas.

Com a eclosão da Revolução de 1930, Vargas foi para o Rio de Janeiro, Aranha o acompanhou, e à frente do Rio Grande do Sul ficou Flores da Cunha, como interventor. Este se recusava a dar prosseguimento ao acordo firmado por Aranha, considerando-o nulo, uma vez que não havia recebido a aprovação da Assembleia Legislativa. Vale destacar que, após a Revolução de 1930, houve a dissolução da Assembleia, por ordem de Vargas.

As dificuldades enfrentadas pela Varig, apontadas por Carlos Sylla como sinal de irresponsabilidade e inépcia administrativa, estavam ligadas a esses entraves impostos por Flores da Cunha.

A importância da VARIG no cenário político brasileiro ficou demonstrada na declaração de Oswaldo Aranha, em correspondência enviada a Flores da Cunha, em março de 1931, destacando a importância da Companhia no desenrolar da Revolução de 1930, e pedindo ao então governador do Rio Grande que desse apoio à empresa aérea.

Como representante do governo, ainda na Secretaria do Interior, assinei um contrato com a VARIG, em que os interesses da Companhia foram esquecidos em favor do Estado e da Revolução. Peço-te agora que o cumpras, honrando, assim, o meu compromisso e salvando da falência iminente uma entidade que tão assinalados benefícios tem trazido ao Rio

Grande. Refiro-me não só aos decorrentes do alcance econômico e comercial do serviço aéreo, mas sobretudo dos que não poderemos jamais esquecer, os benefícios prestados, durante a preparação revolucionária. Os dirigentes da empresa sempre estiveram na intimidade da conspiração e foi sempre com a mais decidida solicitude que se prestaram a todas as ligações. Nada, por certo, os autorizava a supor que o Governo do Estado se negaria a cumprir o que assinara por meu intermédio. Seria um crime desamparar a VARIG, Flores, quando seu reerguimento está nas tuas mãos e ela reclama do Governo, apenas o cumprimento de um compromisso. (OLIVEIRA,2011, p.57).

A partir de então, o Governo do Rio Grande passou a ser acionista da companhia aérea gaúcha, por meio da publicação do Decreto 4.880/1931, com a aquisição de ações da empresa. O apoio citado por Aranha deixou o Governo com uma dívida moral. Então, a intervenção em favor da companhia ocorreu e está documentada. Registros encontrados no Arquivo do CPDOC/FGV, na correspondência política de Oswaldo Aranha, referem-se aos trâmites de questões relacionadas à empresa, nas quais houve a intercessão de Aranha.

São várias cartas endereçadas a Aranha pela VARIG ou por pessoas relacionadas a ela, deixando ainda mais clara a relação de afinidade e compromisso entra as duas partes – Empresa e Governo.

Carta OA cp 1930.01.18/1 - Carta da Varig a Oswaldo Aranha agradecendo resolução do governo do Rio Grande do Sul de auxiliá-la a desenvolver o tráfego no Estado e solicitando o fechamento de seu contrato com o mesmo. Porto Alegre.⁶²

Carta OA cp 1931.10.28/2 - Carta da Varig a Oswaldo Aranha comunicando ter o governo do estado regularizado a situação da empresa, e agradecendo por seu apoio. Porto Alegre. 1931⁶³

Carta OA cp 1943.05.24 - Carta de Rubem Berta a Oswaldo Aranha agradecendo-lhe em nome da S.A. Empresa de Viação Aérea Riograndense o auxílio dado à compra de dois aviões Lockheed-Electra. Porto Alegre. 1943⁶⁴

Os trechos apresentados referem-se ao enunciado dos documentos mencionados, dos quais fizemos uso apenas para ilustrar a relação próxima e frequente existente entre o Governo e a empresa tida como a primeira companhia aérea brasileira, a despeito de ter sido criada e

⁶²CPDOC/FGV.Disponível em:< <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-da-varig-a-oswaldo-aranha-agradecendo-resolucao-do-governo-do-rio-grande-do-sul-de-auxilia-la-a-desenvolver-o-trafego-no-estado-e-solicitand>>. Acesso em 29 out 2017

⁶³CPDOC/FGV. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivopessoal/OA/textual/correspondencia-relativa-ao-caso-varig-e-propostas-para-a-sua-solucao-porto-alegre>>. Acesso em: 06 nov 2017.

⁶⁴ CPDOC/FGV. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-rubem-berta-a-oswaldo-aranha-agradecendo-lhe-em-nome-da-s-a-empresa-de-viacao-aerea-riograndense-o-auxilio-dado-a-compra-de-dois-avioes-l>> . Acesso em: 06 nov 2017

dirigida por um alemão e ter em seu corpo operacional diversos pilotos da mesma nacionalidade.

As observações de Carlos Sylla se desdobram em outra carta (C.02/31b), agora enviada a Sinval Saldanha, Secretário do Interior e Justiça do Rio Grande do Sul, tratando das mesmas questões referentes à Varig, seus diretores e pilotos alemães e ao não cumprimento do contrato firmado com o Estado gaúcho. Nesta carta, Sylla revela que, com a autorização dada pelo Governo para o funcionamento da Varig, a empresa abriu licitação para a construção do aeroporto São João, em Porto Alegre (Figuras 11 e 12). A proposta vencedora foi a de Sylla, que não se concretizou em decorrência dos problemas expostos e, certamente, por outros não evidenciados nas cartas a que tivemos acesso.

Figuras 11 e 12: Aeroporto de São João, Porto Alegre, 1930.



Fonte: Blog Prati. Disponível em:

Nesta correspondência podem-se perceber alguns fatos significativos: a importância do desenvolvimento da aviação civil/comercial no país naquele período; a participação efetiva do empresariado nessa empreitada; o intenso jogo político presente nas negociações e contratos firmados, não necessariamente apresentados de forma clara e límpida.

Em decorrência de tantos interesses subjacentes, vê-se a criação da Diretoria de Aeronáutica, que, segundo Sylla (Cp.02/31b) “Da divergência com o commando militar, resultou na criação da Directoria de Aeronáutica, sob as ordens directas e immediatas do Presidente do Estado ao qual se devia dirigir em assumpto de aviação do Estado Maior.”

Ao fazer parte deste órgão, Sylla teve acesso a todas as informações sobre as companhias aéreas, principalmente a Varig, sobre a qual destaca que

A Directoria encampou então todas as organizações de aviação, vido então eu a conhecer o organismo e a situação de todas ellas. E só então pude verificar que a Varig era um caso estranho de macrocephalia e mystificação: só tinha a cabeça de uma directoria bem paga, sem corpo de trabalho que lhe pudesse sustentar; que depois de consumir os 1000 contos de seu capital realiado, vive apenas da confusão que propositadamente estabelece com o Condor Syndikat, do qual tem apenas a agência, alugando do mesmo um pequeno hydro-avião para fazer em seu nome uma linha para Pelotas.

Companhia completamente liquidada, com dois pomposos directores allemães, bem pagos enquanto lhes foi restando o dinheiro dos accionistas, e cujos conhecimentos em matéria de aviação constituem motivos de chacota dos technicos seus patrícios, quer se salvar com uma encampação pelo Estado, aproveitando-se de um momento todo especial. (C.02/31b)

Carlos Sylla, certamente não era o único a se revoltar com a situação: fosse pela questão financeira, fosse por algum conflito ideológico rescendido com a presença de alemães atuando livremente nos negócios nacionais.

Si já não fosse um crime entregar a aviação do Estado à direcção de estrangeiros sem competência e animados unicamente de intuitos mercantis, seria immoralidade o Governo encampar uma companhia particular que leva já consigo o fardo de um passivo de cerca de 1000 contos.

Já não existia uma companhia Varig: o capital consummido rapidamente pela incompetência, sem um aparelho siquer, sem material, sem aeroporto, sem publicidade de balanço nem relatório, sem nada enfim; só dois allemães com o título de directores que defendem seus interesses pessoaes escudados no cadáver de uma entidade que só existe hoje nas cinco letras do nome. (C.02/31b)

O peso das palavras de Sylla deixa evidente o quanto a aviação civil/comercial era cobiçada e despertava interesses diversos, econômicos e políticos, além de patentear o tamanho do problema a ser administrado por Oswaldo Aranha futuramente.

O entrevero, no entanto, não estava encerrado: alguns meses após a carta de Carlos Sylla, Aranha recebe a de Otto Meyer, solicitando atenção para seus pedidos e a situação da Varig, fazendo uso de argumentos envolventes, destacando a defesa nacional e o desenvolvimento econômico que a aviação traria para o Brasil.

[...] tomo a liberdade de chamar a atenção de V. Exca. no interesse da primeira e ainda única empreza nacional de trafego aéreo, cuja direcção me foi confiada, e na cogitação de que todo dia perdido para a aviação significa também um dia perdido, inutilmente, para a economia e defesa da paz, para alguns pontos que nos parecem importantes, e nesse ínterim solicito que V. Exca. nos proporcione o interesse benévolo e o auxilio valioso de sempre. (C.03/31)

As habilidades de persuasão de Meyer ficam claras em sua missiva, na medida em que faz uso de argumentos de peso para convencer Aranha a proporcionar à Varig “o auxílio valioso de sempre”. Lembrar que a Varig era primeira e única empresa aérea nacional, certamente mexia com os brios do recém-empossado ministro do Governo Revolucionário. Pedir agilidade no atendimento às suas demandas, sob a alegação de que a demora resultaria em prejuízos para o Brasil, e o lembrete de que o auxílio vinha sendo prestado continuamente por Aranha, são uma demonstração de proximidade entre as partes, da simpatia do ministro pela causa, da anuência de Vargas e de interesses políticos manifestados em contatos anteriores.

Meyer apresenta, então, seus pedidos, com bastante clareza e perspicácia, atingindo um a um os pontos de atrito evidenciados pela carta de Carlos Sylla e as dificuldades impostas à empresa pelas mudanças no acordo firmado com o Governo do Estado, assinado por Aranha, mudanças estas, decorrentes da Revolução de 1930.

- 1) Anulação de todas as restrições impostas pela revolução à Varig e à sua directoria, com a supressão da Directoria de Aeronautica;
- 2) Convite ao snr.Dr. Carlos Sylla para a representação, mesmo passageira, dos interesses da aviação sul-riograndense, junto à Comissão de Navegação Aérea no Ministério da Viação e Obras Públicas e oportunidade para o aperfeiçoamento do referido senhor nas questões técnicas do tráfego aéreo. Mas tarde pretendemos offerecer ao snr. Dr. Carlos Sylla uma cooperação activa com a Varig ou dentro das secções a ella filiadas. (C.03/31)

Para sanar suas finanças e se desvincular da Syndicato Condor Ltda, Meyer pede a cessão de aeronave doada ao Movimento Revolucionário de 1930 pelo Sr. Edgar Costa. A sequência da carta mostra que Meyer lista entre seus pedidos, a cessão ou financiamento de aeronaves e o pagamento dos recursos financeiros para definitiva estruturação da companhia aérea.

- 4) Pagamento dos recursos financeiros para a compra de 4 aviões de tráfego e 2 aviões de combate, de alta eficiência, para a Brigada Militar, dentro dos prazos mais breves possíveis, e também dos meios para organização definitiva do aerodromo de São João, Desenvolvimento da ideia sobre a instalação de uma fabrica do aeródromo de São João. (C.03/31)

A carta objetiva deixar a Varig em total segurança, tendo todas as condições para operar, com aeronaves e aeródromo financiados pelo Governo, isenção fiscal, exclusividade para a realização de serviços de fotogrametria e, ainda, a nomeação do Major Alberto Bins, acionista da empresa como representante oficial da capital do Estado no Conselho Fiscal da Varig.

As sutilezas de Meyer, ao citar Sylla diversas vezes, colocando-o sempre como aliado, alguém merecedor de sua inteira confiança, poucos meses após ter sido denunciado por ele, deixa ver parte do jogo de interesses existente naquele momento, e com o qual Aranha deveria

lidar durante sua permanência no Governo Vargas. Uma coisa é certa: a importância da aviação civil/comercial fica mais clara a cada carta analisada nesta tese, levando-nos a identificar os desdobramentos dessa percepção no desenvolvimento da atividade turística no Brasil a partir dos anos 1930.

4.2 O caso PANAIR: avanço de norte-americanos, incômodo de brasileiros

No ano de 1930, a NYRBA foi vendida para a *Pan American Airlines*, transformando-se na Panair do Brasil. A nova empresa se manteve no mercado até o ano de 1965 quando, durante o governo militar, perdeu sua concessão e teve suas atividades encerradas de maneira abrupta, surpreendendo clientes e funcionários (ABREU JR, 1999; BARBOSA, 1996; SALADINO 2013). Suas linhas, então, foram assumidas por sua maior concorrente, a VARIG.

A despeito de já haver trânsito aéreo no Brasil no início da década de 1920, foi a partir dos anos 1930 que a aviação comercial no Brasil tomou impulso. O apoio financeiro do Governo foi primordial para tal feito, tanto que havia um número considerável de empresas e linhas aéreas em funcionamento, como pode ser constatado no Quadro 4, apresentado a seguir.

No Quadro 4 é possível ter uma dimensão da atuação das companhias aéreas no Brasil, a maioria delas tendo iniciado ou concluído seu período de funcionamento nos anos da Era Vargas

Quadro 4: Empresas aéreas no Brasil

EMPRESA	PERÍODO	OBSERVAÇÕES
Condor Syndikat ⁶⁵	1924 a 1927	
Comp. Brasileira de Empr. Aeronáuticos - CBEA ⁶⁶	1925	
VARIG	1927 a 2006	
Syndicato Condor	1927 a 1942	
NYRBA ⁶⁷	1929 a 1930	
Panair do Brasil	1930 a 1965	Perdeu a concessão durante o Governo Militar
Aerolloyd Iguassú	1933 a 1939	Pertencia ao grupo Mate Leão e foi vendida para a VASP no ano de 1939
Viação Aérea São Paulo – VASP	1933 a 2005	Privatizada em 1990, teve sua falência decretada no ano de 2008, mas encerrou suas atividades 3 anos antes.
Naveg. Aérea Brasileira – NAB	1938 a 1961	Em 1948 virou Lloyd Aéreo Nacional
Cruzeiro do Sul	1942 a 1993	Inicialmente denominada de Sindicato Condor, foi comprada pela VARIG no ano de 1975
Aero Geral	1942 a 1953	Encampada pela VARIG no ano de 1961
Aerovias Brasil	1942 a 1961	Comprada pela VARIG em 1961
Linhas Aéreas Paulistas	1943 a 1951	Iniciou com a linha São Paulo – Recife. Foi encampada pela Lloyd Aéreo Nacional em 1951
Linhas Aéreas Brasileiras – LAB	1944 a 1948	Atuava nas linhas Rio de Janeiro Salvador, São Paulo e Minas Gerais. ⁶⁸
Linha Aérea Transcontinental Brasileira	1944 a 1951	Começou a operar, esporadicamente, no ano de 1946. Fazia inicialmente a linha Rio-São Paulo, e depois, Rio-Fortaleza, e Rio com saída para cidades do interior de Minas Gerais. ⁶⁹
Companhia Meridional	1944 a 1946	Atuava em espaço regional, cobrindo a linha Espírito Santo – Rio de Janeiro
Viação Aérea Santos Dumont	1944 a 1952	
Viação Arco-íris	1945 a 1950	Fazia a linha São Paulo-Paraná. Teve a falência decretada em 1948, mas sua permissão foi até 1950
Viação Aérea Bahiana	1945 a 1948	Atuava regionalmente
Transportes Aéreos Redes Estaduais Aéreo - REAL	1945 a 1961	Fazia a linha Rio-São Paulo. Adquiriu várias empresas aéreas menores

Fonte: Dados de pesquisa. Organização Andrea Vianna, 2018

⁶⁵ Grupo criado pelo governo alemão para promover a venda de aeronaves fabricadas produzidas naquele país. Realizou o primeiro voo entre as cidades de Porto Alegre, Rio Grande e Pelotas. (MONTEIRO, 2004, p.60)

⁶⁶ Em decorrência da regulamentação da navegação aérea civil brasileira todo o setor ficava, a partir de 22 de julho de 1925 subordinado ao Ministério da Viação e Obras Públicas, e os voos domésticos só poderiam ser realizados por empresas nacionais. A empresa francesa *Latécoère*, que operava no Brasil, imediatamente criou a CBEA, adequada às exigências da nova legislação. (OLIVEIRA< 2010, p.87)

⁶⁷ Empresa criada pelo norte-americano Ralph O'Neil, funcionou por pouco tempo por não ter incentivos do governo de seu país.

⁶⁸ Aviação Brasil - Disponível em: <http://www.aviacaobrasil.com.br/LAB_-_Linhas_Aereas_Brasileiras_Brasil>. Acesso em 5 jan 2017

⁶⁹ Aviação Brasil - Disponível em: <http://www.aviacaobrasil.com.br/Linha_Aerea_Transcontinental_Brasileira_Brasil>. Acesso em 5 jan 2017

A importância da aviação civil no Brasil se refletiu na construção do Aeroporto Santos Dumont no Rio de Janeiro, inaugurado no ano de 1936. O projeto do francês Alfred Agache⁷⁰ tinha como objetivo não apenas atender à demanda por um local mais apropriado para a aterrissagem dos aviões, mas também, construir um aeroporto que estivesse de acordo com a capital federal, desde então denominada de Cidade Maravilhosa, como na marchinha de André Filho⁷¹, gravada na Odeon por Aurora Miranda⁷².

Vale destacar que o Santos Dumont foi o primeiro aeroporto civil brasileiro, construído em área histórica, na parte central da cidade do Rio de Janeiro, ocupando a Ponta do Calabouço, aonde antes amerissavam hidroaviões de linhas nacionais e também aqueles vindos de outros países. Na Figura 13, vê-se um dos primeiros registros de voo no Brasil.

Figura 13: Avião da Panair sobrevoa a capital federal, mostrando o Cristo Redentor ainda em construção. 1929/1930



Fonte: Centro Educacional de Aviação do Brasil - CEAB escola de aviação

Disponível em: <<https://ceabbrasil.com.br/blog/historia-do-aeroporto-santos-dumont/>>. Acesso em: 10 out.2017.

⁷⁰ Alfred Hubert Donat Agache (1875-1959) – Arquiteto francês, graduado pela Escola de Belas Artes de Paris, professor do Colégio Livre de Ciências Sociais e do Instituto de Urbanismo da Universidade de Paris, membro fundador da *Société Française des Urbanistes* (SPU). Responsável pela elaboração de planos urbanísticos de diversas cidades, tais como: Paris, Dunquerque, Orleans, Chicago, Lisboa, São Petesburgo, Instambul, entre outras. No Brasil elaborou o Plano urbanístico do Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Vitória, Recife e o ajardinamento do Parque Farroupilha em Porto Alegre.

⁷¹ Antônio André de Sá Filho (1906 - 1974). Cantor e compositor carioca, autor de mais de 200 músicas, principalmente marchinhas e sambas, sendo a marchinha Cidade Maravilhosa adotada pelo povo carioca como hino da cidade. Com a criação do Estado da Guanabara a marchinha ganhou status de marcha oficial da cidade do Rio de Janeiro, pela Lei nº5, de 5 de maio de 1960. (Instituto Moreira Sales Disponível em: <<https://ims.com.br/por-dentro-acervos/cidade-maravilhosa-i-andre-filho-e-a-saga-de-uma-marcha-hino/>>.

Acesso em: 03 mar 2018

⁷² Aurora Miranda – (1915-2005) Atriz e cantora carioca, irmã de Carmem Miranda, participou de diversos filmes, inclusive da Disney, participou ativamente da cena cultural brasileira em teatros e rádios como Mayrink Veiga, tupi e Record, e gravou mais de 80 discos de 78 rotações. (INSTITUTO MOREIRA SALES) Disponível em: <<https://ims.com.br/por-dentro-acervos/cidade-maravilhosa-ii-aurora-miranda-a-outra-pequena-notavel/>>. Acesso em: 03 mar 2018.

Neste aeroporto, durante 35 anos funcionou o terminal de passageiros da Panair do Brasil, considerada a melhor empresa aérea brasileira (ABREU JR, 1999; BARBOSA, 1996; SALADINO 2013), cuja concessão foi cassada durante o Governo Militar.

O franco desenvolvimento da aviação aérea civil/comercial no Brasil durante a Era Vargas dava suporte e impulso à realização de negócios, incrementando, assim, o setor econômico brasileiro, e colocando o país cada vez mais próximo das grandes potências da época. Mais que isso, representava poder político e o potencial estratégico do país como um todo, despertando interesses estrangeiros. Assim, o campo para investimentos na aviação se tornava cada vez mais propício. A Panair do Brasil representava bem este novo momento.

É importante lembrar que este movimento acontecia em um cenário de mudanças políticas mundiais significativas, período entre-guerras, com questões econômicas e ideológicas que provocariam contendas e hostilidades nos mais diversos setores da sociedade.

Essas dissensões se apresentavam também no segmento da aviação civil/comercial brasileira. A despeito da importância da atividade para a economia nacional, era comum ver opiniões e simpatias pessoais se sobrepondo ao desenvolvimento econômico gerado pelo setor. Um dos exemplos disso foi o episódio de Carlos Sylla apresentado nesta tese, no caso da Varig.

Ao analisarmos o material referente ao caso Varig, era possível se imaginar que tudo ocorrera por sentimentos de xenofobia, ou por um senso anti-germanista, já presente em parte da população. No entanto, ao prosseguirmos com a pesquisa, identificamos também conflitos atinentes à Panair do Brasil.

Na correspondência entre Eduardo Gomes e Oswaldo Aranha, é possível vislumbrar outros aspectos desses tempos de alterações que se instalaram no Brasil.

A Panair, uma subsidiária da Pan American Airways, encampou a NYRBA e passou a operar no Brasil a partir de outubro de 1930. Iniciou o transporte de passageiros em 1931, com os primeiros voos entre Belém e Rio de Janeiro. O crescimento da companhia aérea foi significativo: em 1935 já contava com 81 aeronaves operando no espaço aéreo brasileiro. (FAY, 2013, p.30)

Em 1936, com a construção do Aeroporto Santos Dumont, a Panair teve um hangar de manutenção (V. Figura 14) e sua sede inaugurados no local. Esta nova estrutura vinha a atender as demandas criadas pelo incremento da aviação civil/comercial no Brasil.

Figura 14: Hangar da Panair do Brasil, 1941



Fonte: Revista O Cruzeiro, edição 0045, 1941, p.30. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=003581&PagFis=18995&Pesq=Aeroporto Santos Dumont> Acesso em: 15 nov. 2017.

Oswaldo Aranha reflete esse desenvolvimento em algumas de suas cartas, enviadas em 1937 ao ministro de Relações Exteriores, Sr. José Carlos de Macedo Soares (C. 07/36a), e ao ministro de Viação e Obras Públicas, Sr. João Marques dos Reis (C.07/36b), ambas datadas de 17 de julho de 1936.

Nas duas correspondências, Aranha trata da implantação da segunda linha semanal da Panair no Brasil, ressaltando as vantagens dessa expansão dos negócios com a empresa norte-americana.

Ao se reportar ao ministro João Marques dos Reis (C.07/36b), Aranha relata os progressos obtidos nas negociações com os Estados Unidos quanto à comunicação e aos transportes marítimo e aéreo entre os dois países, e comemora os avanços nesta área.

Em tempos fiz sentir a este governo a desigualdade do serviço aéreo na costa do Atlantico e do Pacifico, insistindo em que o Brasil necessitava de uma segunda linha semanal.

Após detido exame e estudos de vários Departamentos, pleiteou o seu collega aqui, Sr. James Farley, verba do Congresso para ETA segunda viagem, que é, agora, inaugurada. (C.07/36b)

Além da nova viagem semanal, Aranha aponta as conquistas nas negociações com o Governo Americano, que trariam benefícios à economia brasileira.

Já conseguimos a redução de preços nas ligações radio-telephonicas e das taxas postaes, e breve esperamos tel-as das telegraphicas.

As ligações marítimas, igualmente, deverão ser melhoradas pela introdução de grandes e novos navios nas linhas americanas para o nosso país. (C.07/36b)

Ciente do andamento dos projetos no Congresso norte-americano, Aranha refere-se à votação do Shipping Bill, um projeto de lei assinado por Harry Truman, então senador, que regulamentava a marinha mercante norte-americana e autorizava a construção de novos navios, maiores, mais modernos, bem equipados e com melhores condições de segurança.

Aranha, empolgado, destaca que: “Estes factos, que dizem directamente com o seu Departamento, são de real proveito para as nossas relações com os Estados Unidos e favorecerão as comunicações de uns estados com outros em nosso próprio paiz”. (C.07/36b)

Ao final, despede-se do colega ministro, não sem antes parabenizá-lo pelo feito, a quem atribui a participação ativa, e pede que receba com atenção especial os viajantes que chegarão ao Brasil na implantação da segunda viagem semanal da Panair.

A carta enviada ao Sr. José Carlos de Macedo Soares (C. 07/36a) trata do mesmo assunto. Parabeniza o ministro, destaca os benefícios do estreitamento das relações entre Brasil e Estados Unidos. Nesta, porém, Aranha identifica todos os viajantes de interesse presentes na viagem inaugural da Panair, apontando jornalistas e as empresas em que trabalham, solicitando atenção.

Seria, pois, de alta significação para nós e grande conveniência para o êxito de iniciativas similares, se estes viajantes merecessem atenção especial do nosso governo, de V. Excia e do Sr. Ministro da Viação, e os jornalistas especialmente, a hospedagem e acolhida de seus colegas brasileiros. (C. 07/36a)

Todo o empenho de Aranha, e, mais ainda, a preocupação que demonstra com a recepção e o tratamento a ser dispensado aos americanos, reflete a importância dada por ele a essa nova viagem da Panair. Uma simples viagem para trazer passageiros norte-americanos ao Brasil, turistas ou não, seria mais um passo dado pela diplomacia brasileira em direção à simpatia do povo e do Governo dos Estados Unidos.

As concessões feitas por Aranha para o estreitamento dessas relações foram para o Tenente-coronel Eduardo Gomes motivo de profundo incômodo e indignação. Revoltado com a autorização para exploração do espaço aéreo brasileiro em mais uma viagem semanal pela Panair, Gomes escreve a Aranha (C.13/37a) em tom acusatório, questionando o sentido dessa

concessão, que para existir, teve que revogar o artigo 6º do Decreto-lei 24.572⁷³, cujo objetivo era proteger a soberania nacional e fora elaborado, atendendo ao ponto de vista do Estado Maior do Exército. Em lugar deste, passa a vigorar o Decreto nº 1.757⁷⁴, cujo teor desconsidera os anseios dos militares e era visto por Gomes como uma ilegalidade.

Segundo Gomes, o artigo 6, que fora revogado, tinha três objetivos cruciais para salvaguardar os interesses do Brasil:

1) Impedir que países como a Argentina, estabelecessem um tráfego naquelas rotas; 2) Fomentar o desenvolvimento das companhias nacionais de navegação aérea, cujo material, em caso de guerra, nos seria de grande utilidade. 3) Desenvolver, simultaneamente, os quadros dos navegantes das referidas cias, e, assim, o efetivo das nossas reservas aéreas, além de se garantir, como seria de justiça, colocações nas funções de pilotos, rádios, etc, nos referidos aviões, a brasileiros, em vez de reservá-las a estrangeiros. (C.13/37a).

Gomes, sem usar estas palavras, trata a questão como uma afronta aos militares, primeiramente, e ao próprio país. Pode-se dizer que transpira ali um sentimento de traição. Além disso, fica evidente o desconforto por se estar privilegiando uma empresa norte-americana, em detrimento de empresas brasileiras.

[...]O Governo, para conceder a uma Cia estrangeira, a Pan America Airways a permissão para explorar a rota Rio-São Paulo-Curitiba-Foz do Iguassu-Assumpção, acaba de revogar, por um acto ilegal, porque não tinha autoridade para tanto, aquelle art 6, numa lamentável demonstração de menosprezo pelos interesses que esse artigo amparava! E isto quando há companhias nacionaes, como a Condor e a Vasp, cujos materiaes constituem os únicos meios de aviação pesada que possuímos, que pleiteavam o referido serviço, que iriam realizar com pessoal brasileiro e em aviões que passariam a ser nacionaes!!! (C.13/37a)

E prossegue reclamando, colocando doses de emoção em sua carta, num misto de conversa familiar e cobranças nacionalistas.

⁷³ **Decreto n. 24.572 – de 4 de julho de 1934, art. 6º:** Ficam reservadas ao Correio Aéreo Militar e às aeronaves de empresas nacionais tripuladas unicamente por aeronautas brasileiros, as seguintes linhas de serviço aéreo: do Rio de Janeiro à Santa Maria, por São Paulo, Itararé, Ponta Grossa, Guarapuava, Palmas, Zanxerê e Cruz Alta; de São Paulo à Corumbá, por Baurú, Araçatuba, Três Lagoas, Campo Grande e Miranda; de qualquer ponto do Paraná ou de Santa Catarina à Foz do Iguassú ou às margens do Rio Paraná; e de qualquer ponto da Estrada de Ferro Noroeste do Brasil em direção ao Sul. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=447015&id=14415539&idBinario=15797028&mime=application/rtf>>. Acesso em: 12 mar 2018

⁷⁴ **Decreto n. 1.757 – de 2 de julho de 1937: Artigo único.** As linhas aéreas internacionais entre países estrangeiros, com passagem sobre o território nacional, poderão atravessar a zona compreendida entre qualquer ponto do Paraná ou de Santa Catarina e Foz do Iguassú ou as margens do rio Paraná, á qual se refere o art. 6º do decreto n. 24.572, de 4 de julho de 1934, mediante a necessaria autorização e observadas as disposições legais que regulam o estabelecimento e a manutenção das linhas aéreas internacionais no Brasil. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=394030&id=14226112&idBinario=15830417&mime=application/rtf>>. Acesso em: 12 mar 2018

O Snr. compreenderá facilmente toda a nossa justa revolta e o meu constrangimento tendo que formular também perante o Snr. o meu protesto, pois para não trahir as responsabilidades que assumi, como seu companheiro na Revolução de 30, eu não posso ficar inerte deante de um caso destes. (C.13/37a)

O caso da viagem extra da Panair gerou tamanho problema com Eduardo Gomes, que Aranha respondeu diretamente ao militar, ocorrendo uma sequência de cartas, nas quais se vê claramente o mal-estar que havia se estabelecido entre os dois.

A resposta de Aranha a Gomes (C. 13/37b), muito mais cordata, revela um perfil mais firme que o habitual diplomático e conciliador presente nas outras cartas. Nela, Aranha se posiciona claramente a favor dos Estados Unidos e se refere a eles como “os melhores amigos que o Brasil poderia ter”. Suas palavras fazem ver a Gomes, as ações norte-americanas favoráveis ao Brasil, as interferências do Presidente Roosevelt no episódio dos *destroyers*, na Argentina, entre outras coisas.

Além dos argumentos para ratificar a concessão à segunda viagem da Panair, Aranha expõe a Gomes o seu posicionamento como pessoa, além do cargo que ocupa.

Lamento que hajas dado o caracter de protesto a uma carta que só poderia ter sido escripta para dar ou pedir esclarecimentos. É um mal julgar ou pré-julgar sem ouvir, como fizeste em tua carta. Todos os meus actos são inspirados ou praticados com a convicção de serem uteis ao meu paiz. Posso e devo errar. Estou, porem, entre os poucos, em nosso paiz, que reconhecem os seus erros e teem coragem para os confessar e corrigir. (C. 13/37b)

E prossegue, agora respondendo diretamente às acusações recebidas: “Não vejo [...] razão para o teu protesto, fundado em responsabilidades que assumiste em 30, sem me ouvir ou sem, mesmo, o que julgo um direito teu e de qualquer cidadão, exigir os meus esclarecimentos, uma vez que detenho uma função publica”. (C. 13/37b)

Acusado de influenciar a decisão de Vargas para a concessão à Panair, Aranha esclareceu a Gomes que sua intervenção se deu apenas na viagem inaugural, e que seus objetivos eram “obter bom effeito para a cooperação maior deste Governo em favor da extensão das linhas aéreas em nosso paiz” (C. 13/37b)

Ainda tentando se fazer entender, Aranha expõe a Gomes as dificuldades enfrentadas por ele no caso dos *destroyers* e a disputa por prestígio junto aos Estados Unidos, estabelecida entre Brasil e Argentina.

Eu lucto sem recursos contra países que mantêm nos Estados Unidos, além de suas Embaixadas, largos e ricos serviços de propaganda. Este Governo tinha que decidir entre a Argentina e o Brasil em um facto que dizia com o

nosso prestígio continental e internacional. Nessa hora, Eduardo, eu fiz sentir o contraste da atitude da Argentina e do Brasil. Cumpri meu dever e procurei reunir elementos em favor de uma causa que dizia com a nossa dignidade e com a necessidade de vencermos uma questão para nós existencial. (C. 13/37b)

Ao tomar conhecimento do art.6º do Decreto 24,572 ao qual Gomes se refere em sua primeira carta, Aranha se compromete a conversar com Vargas a respeito. Ao final, questiona Gomes quanto à referência feita por ele à Condor e à Vasp, e reforça sua confiança na Pan American, ao contrário das empresas alemãs.

Tenho para mim que a Pan American é dos melhores, mais dedicados e serviços amigos que temos nos Estados Unidos. Tenho por certo, ainda mais, Eduardo, que nos Estados Unidos temos o mais firme, o melhor e mais leal dos amigos do Brasil dentro da comunhão internacional. [...]Não tenho a mesma confiança na amizade alemã, sempre agressiva e imperialista, conforme documentam nossas relações. (C. 13/37b)

A despeito de todos os esclarecimentos contidos nesta carta, e algumas revelações interessantes, há um trecho bastante significativo, no qual Aranha se expõe, mesmo querendo se resguardar.

Transmiti a meu governo informações e pedi providências, como era natural, porque diziam com os interesses nossos, como eu os encaro e os tenho que encarar, neste país. Não me empenhei e menos procurei impor esses pontos de vista ou esses pedidos. A minha função é esta: levar ao conhecimento do meu Governo tudo quanto em minha opinião pode favorecer daqui ao Brasil e daí aos Estados Unidos, Não me excedi e menos manifestei insistência ou interesse maior, além do geral. (C. 13/37b)

E complementa

[...] minha ação como Embaixador não tem carácter executivo, mas meramente informativo e esclarecedor. Tudo quanto informo, peço e até faço, depende sempre do interesse do Brasil, de que o nosso Governo é o árbitro e o juiz final e a cuja decisão tenho que obedecer sem reservas, dada minha posição no exterior. (C. 13/37b)

Aranha deixa entrever os interesses do Governo brasileiro nesta aproximação maior com os Estados Unidos. Se Vargas não consultou o Estado Maior do Exército sobre o novo decreto ou sobre a concessão à Panair, não era de se estranhar, já que esse era seu procedimento habitual. O que isso nos diz é que a decisão partiu de Vargas, sob as informações e a influência de Aranha, um defensor declarado dos ideais americanos, do povo, da cultura e do governo dos Estados Unidos, pensando sempre em alguma forma de colocar os dois países em comunhão.

A segunda carta de Gomes a Aranha (C. 13/37c) se dá em termos bem mais amistosos que a primeira. Desta vez, Gomes envia juntamente com a carta a portaria emitida pelo ministro da Viação para a concessão à Panair, e, também, o Decreto 112.905 da Argentina, tratando da autorização temporária para exploração do espaço aéreo argentino pela empresa americana. As diferenças entre os dois atos institucionais é o que Gomes quer apresentar a Aranha, na esperança de que ele perceba o quanto o Brasil pode se prejudicar com essa negociação.

[...] enquanto a Argentina faz questão de frizar, a cada passo, que só realizará uma política aérea que lhe convenha, política que ainda vae ser firmada, nós procedemos, crimosamente de maneira inversa, anulando o que já existe a nosso favor, para crear uma política só favorável ao desenvolvimento da aviação estrangeira. (C. 13/37c)

É fato que os termos dos dois decretos têm pesos e percepções bem diferentes; enquanto a Argentina se cerca de garantias e impõe restrições de expansão, atuação e permanência à Panair, o Brasil é mais permissivo.

As observações de Gomes e as comparações entre os dois documentos demonstram o quanto a concessão à segunda viagem semanal da Panair para o Brasil era importante política e economicamente. Tão importante a ponto de se desconsiderar questões de segurança nacional, como as apresentadas por Gomes.

A disposição e o empenho de Oswaldo Aranha em tecer e estimular uma relação próxima e duradoura entre os dois países vai se desenhando a cada carta analisada nesta tese. Ao longo da leitura dessa documentação nos deparamos com um cenário político em transformação, sofrendo influências de duas vertentes ideológicas opostas, representadas pelos Estados Unidos e pela Alemanha. Esse antagonismo esteve presente em muitos momentos retratados na correspondência analisada, tendo desdobramentos nos mais diversos setores da economia e da política no Brasil, o que pode ser observado com a análise dos fatos e documentos encontrados, apresentados no decorrer deste trabalho.

4.3 O Governo e a aviação civil/comercial no Brasil

No início do Governo Vargas, a cidade do Rio de Janeiro, então capital federal, convivia com a presença de aviões europeus e norte-americanos, que lá faziam escalas em direção a outros países da América do Sul. Era uma cidade movimentada, com ares de modernidade, sede do Governo, e por onde chegavam as novidades e os modismos. Uma cidade que almejava ser como os grandes centros da Europa e dos Estados Unidos, e para isso, não media esforços.

Com a ascensão do Governo Revolucionário, o Brasil precisava conquistar o interesse da Europa e dos Estados Unidos, mostrando-se como lugar aprazível e confiável política e economicamente. Para isso, era preciso se fazer conhecer, e o turismo era uma opção a ser considerada.

Os grandes deslocamentos para lazer, tão em voga na década de 1930, se somaram aos interesses políticos do Governo para desenvolver a atividade turística no Brasil. Desta forma, foi no Governo Vargas que a aviação civil teve maior impulso e incentivo. Considerando-se que um dos objetivos daquele momento era colocar o Brasil em evidência, mostrando sua cultura, sua história e suas belezas naturais, nada melhor do que a localização privilegiada do primeiro aeroporto civil do Brasil – o Aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro - que receberia políticos, empresários, artistas, entre outros, que se encantariam de imediato com a exuberância da paisagem.

O interesse do Governo Federal na aviação comercial do Brasil era evidente. Segundo relatório do Ministério de Relações Exteriores sobre os anos de 1940/41, o Governo buscava ampliar os transportes e comunicações aéreos, pois isto representava maior volume de negócios, projeção nacional e internacional, além de possibilidades de intercâmbio com outros países.

E para concretizar tudo isso, o Governo Vargas concedia auxílios às companhias aéreas em operação no Brasil, de forma que pudessem se manter em boas condições econômicas. Dentre estes auxílios pode-se destacar: isenção de todo material de aviação, combustíveis e lubrificantes, pagamentos por quilômetro voado (variando de acordo com a região), além do pagamento por quilo de correspondência transportada. Toda essa subvenção era justificada para manter a qualidade e o funcionamento da comunicação aérea no Brasil. (BRASIL, 1941).

Ao se falar de deslocamentos relacionados à atividade turística no Brasil entre os anos de 1930 e 1945, e até estendendo um pouco esse período – antes e depois -, é importante observar o impulso recebido pela aviação comercial, refletido no aumento do número de viagens e de passageiros, com o avançar do tempo.

É compreensível que o início da aviação comercial apresentasse números menos impactantes, entretanto, vale destacar o aumento significativo desses números com a implantação do Estado Novo, no ano de 1937, quando o total de viagens aéreas praticamente duplicou, indo de 3.432 em 1936 para 6.076 em 1937. É de se supor que a adoção de ações de propaganda e marketing desenvolvidas para a divulgação do Brasil no exterior, assim como o aumento da

área de cobertura, justificado pela ampliação da quilometragem do percurso efetuado (de 4.689.023 em 1936 para 6.112.658 em 1937) tenham contribuído substancialmente para esse aumento. (V. Figura 15 e Quadro 5)

Figura 15: Dados do tráfego aéreo no Brasil, de 1927 a 1946.

Desenvolvimento do tráfego aéreo comercial nos primeiros vinte anos (1927-1946)										
ANO	Em- presas (N.º)	Extensão das linhas (km)	Aero- naves em tráfego	Aero- nautas em serviço	VÔOS		Passa- geiros	Bagagens (kg)	Correio (kg)	Carga (kg)
					Percurso (km)	Duração (horas)				
1927...	3	6 358	13	12	119 585	844	643	5 789	257	210
1928...	3	6 595	57	24	912 359	6 615	2 504	20 259	9 688	1 911
1929...	4	7 245	51	23	1 140 130	8 212	3 651	29 617	24 051	7 778
1930...	4	15 503	62	39	1 707 977	12 013	4 667	23 864	31 946	9 699
1931...	4	16 374	66	27	1 854 696	12 097	5 102	46 618	47 908	21 916
1932...	4	18 355	55	34	2 200 446	14 187	8 894	101 884	68 207	129 874
1933...	5	20 066	54	(1) 115	2 444 853	15 341	12 750	145 074	75 057	112 755
1934...	7	41 040	61	150	3 380 433	20 075	18 029	213 039	(2) 73 542	142 636
1935...	7	59 246	59	179	3 720 240	21 080	25 592	325 102	79 652	161 720
1936...	7	56 384	60	231	4 689 023	24 441	35 190	478 057	118 652	153 013
1937...	7	68 472	66	301	6 112 658	30 096	61 874	795 998	149 138	235 024
1938...	8	52 809	68	341	6 919 651	32 558	63 423	894 940	185 642	354 975
1939...	9	68 923	81	374	6 939 682	32 213	70 734	999 894	202 520	446 138
1940...	7	66 679	86	494	(3) 7 504 180	(4) 33 877	85 971	1 333 355	240 735	612 601
1941...	6	62 911	79	476	8 891 545	38 937	99 688	1 612 518	233 448	735 066
1942...	7	88 087	92	710	12 473 118	53 470	122 123	2 085 379	299 522	1 106 272
1943...	7	90 593	90	786	17 593 188	71 882	171 860	3 043 893	556 940	2 953 926
1944...	9	116 165	103	778	20 758 251	84 810	244 516	4 031 981	773 731	3 469 207
1945...	12	111 938	171	950	23 466 486	97 001	289 580	4 623 488	562 775	4 781 550
1946...	17	...	177	...	32 140 229	126 528	514 108	7 231 929	426 526	6 623 402

Fontes: De 1927 a 1936, relatório de 1936 do D. A. C.; de 1937 a 1939, vol. *Brasil — 1940 — 1941* do Ministério do Exterior; de 1940 a 1945, *Anuário Estatístico do Brasil*, ano VI e VII; de 1946, informes obtidos no D. A. C.

Observações: (1) Até 1932 só eram computados os pilotos. (2) A diminuição de peso do correio em 1934, em relação ao de 1933, decorre de terem sido adotados sacos mais leves. (3) A partir de 1940 estão reunidos vôos regulares e extraordinários. (4) Mesma observação da nota anterior. — (...) Não foram obtidos os informes respectivos.

Fonte: Geografia dos transportes no Brasil, 1949, p. 203. Disponível em:
<<https://archive.org/stream/geografiadostran1949moac#page/254/mode/2up/search/Brasil+1939-40>>. Acesso: 05
set. 2017

Os dados que fazem referência à quantidade de viagens realizadas (Quadro 5), provêm de informações apresentados pela revista *Nosso Século*, organizados a partir da compilação de relatórios do IBGE. Os números são apresentados a seguir, com o intuito de suprir a lacuna do quadro anterior. É importante ressaltar a ausência de dados referentes ao número de companhias aéreas em operação no país no período de 1940 a 1945, presentes, no entanto, na Figura 15.

Quadro 5: Fragmento de quadro sobre Tráfego aéreo brasileiro – número de viagens

AERONÁUTICA – TRÁFEGO AÉREO NO BRASIL – 1929/45					
VIAGENS					
ANOS	Número	Percurso efetuado (Km)	ANOS	Número	Percurso efetuado (Km)
1929	1.476	1.140.130			
1930	1.767	1.707.977			
1931	1.746	1.854.696			
1932	1.683	2.200.446			
1933	2.599	2.444.853			
1934	3.287	3.380.433			
1935	3.374	3.720.240			
1936	3.432	4.689.023			
1937	6.076	6.112.658			
1938	8.052	6.919.651			
1939	7.900	6.939.682			
1940	8.328	7.504.180			
1941	9.641	8.891.545			
1942	10.436	12.473.118			
1943	12.727	17.593.188			
1944	17.735	20.758.251			
1945	22.553	23.466.486			

Fonte: Nosso Século: Memória fotográfica do Brasil no século 20. V.3, 1930/1945. São Paulo: Abril Cultural, 1980, p.25. (Transcrito com pequenas adaptações).

A pulverização das informações sobre a evolução dos transportes no Brasil, durante o período estudado, requer a busca em fontes diversas. Assim, objetivando mapear o volume desse deslocamento, lançamos mão de quadros, matérias, tabelas e dados, de forma geral, também fragmentados, e que se complementam. Essas lacunas são preenchidas também por meio de publicações em revistas da época, a exemplo da matéria publicada em *O Cruzeiro* (v. Figura 15), que revelam alguns números interessantes.

A matéria apresentada chama a atenção para os números de passageiros transportados no ano de 1940 por essas duas companhias, que faziam voos internacionais: a Panair do Brasil registrou no primeiro semestre um fluxo de passageiros no montante de 12.645. O Sindicato Condor, por sua vez, desde que começou a operar em 1927, havia transportado 115.000 passageiros. Apesar de não se poder fazer um comparativo entre as duas empresas, e de esse não ser o nosso objetivo, os números apresentados são consideráveis, uma vez que estamos falando de uma atividade em desenvolvimento, voltada para atender as demandas das elites, portanto, de alcance restrito.

Os valores cobrados pelas passagens aéreas no ano de 1940, conforme descrito no Relatório do Ministério de Relações Exteriores de 1940/41, demonstram claramente a que público se destinava o transporte aéreo, ao estabelecer um comparativo entre os valores cobrados pelos diversos meios de transporte disponíveis no período.

As tarifas médias totais obtidas para cada empresa por passageiro-quilômetro, foram as seguintes: Varig - \$751; Vasp - \$766; Condor - \$984; Panair - \$984; Pan-American - 1\$136.

Para que se possa estabelecer melhor a correlação com os custos passageiro-quilômetro das estradas de ferro brasileiras, basta lembrar que todas as grandes companhias têm custos inferiores a 100 réis. Por exemplo: Estrada de Ferro Central do Brasil - 35 réis; Leopoldina Railway - 62 réis; Rede Mineira de Viação - 72 réis; e Companhia Paulista de Estradas de Ferro - 56 réis. (BRASIL, 1941, p.476)

Figura 16: Fragmento de matéria sobre a aviação comercial no Brasil

Aviação commercial

(CONTINUAÇÃO DA PAGINA 39)

No Brasil, presentemente, sete empresas exploram o commercio de navegação aerea, excluindo o Correio Aereo Militar, que tem uma finalidade: encurtar as immensas distancias da nação. As companhias são as seguintes: Empresa de Viação Aérea Rio Grandense, (Varig); Sindicato Condor, Panair do Brasil, Viação Aérea São Paulo, (Vasp); Air France e Pan American Airways Inc.

Hoje, o Brasil possui cerca de 60.000 kilometros em trafego aereo regular. Antes de 1930, tinhamos menos de 15.000.

Pelos nossos céos já passam aviões sub-stratosphericos, tornando ainda mais rapidas e mais efficientes as linhas pan-americanas e transoceánicas.

O aeroporto Santos Dumont é um dos mais bellos do mundo, quer sob o ponto de vista tecnico, quer sob o ponto de vista de comodidade para o publico, sem falar na sua belleza architectonica verdadeiramente encantadora.

Do Calabouço, todos os dias, partem e chegam possantes trimotores, cheios de passageiros. Não existe, hoje, uma só capital ou cidade importante que não esteja ligada por via aerea, á Capital Federal.

Sómente a Vasp, na linha Rio-São Paulo, em suas seis viagens, transporta por dia, uma media de 90 passageiros.

A Panair do Brasil com a colaboração da Pan American Airways Inc. durante o primeiro semestre de 1940, conduziu 12.645 passageiros, através de suas linhas que têm uma extensão de 22.577 kilometros. Aquellas duas companhias realizaram, no mesmo periodo, o percurso de 1.628.192 kms. Foram transportados 213.991 kilos de bagagem e 51.033 ks. de malas postaes. O Sindicato Condor fez a sua primeira viagem em 8 de novembro de 1927, ligando Rio-Porto Alegre por uma linha commercial. A sua rede é de 21.000 kms. (semanaes) servindo á 58 cidades, inclusive no alto do Tocantins e em pleno norte de Matto

Grosso, região onde os seusapparelhos têm a primazia dos vôos. Até 1940, os pilotos da Condor já tinham 88.000 horas de vôo, sobrevoando 16.250.000 de kms. Realizaram 16.000 vôos.

Transportaram 115.000 passageiros, 450.000 kilos de malas postaes, 830.000 kilos de carga, sendo utilizados 22 aviões, inclusive 10 Junkeres J. U. 52, Junkeres F-13 e F 34, F. W. 200 e F. W. 58.

As cifras da Panair e da Condor dão-nos uma idéa perfeita do desenvolvimento da aviação commercial no Brasil.

A Varig explora a navegação aerea em todo o Estado do Rio Grande do Sul.

A Ala Littoria (Lati) que é servida por trimotores "Savoia Marchetti 83", com uma velocidade média de

cruzeiro de 400 kilometros horarios, faz a linha Rio-Roma com escalas na Bahia, Recife, Ilha do Sal, Villa Cisneiros e Malaga, percurso este efectuado em dois dias apenas.

A ligação regular da America do Sul com a Europa foi objecto de cuidadosa atenção por parte de companhias estrangeiras, em virtude do grão de desenvolvimento alcançado pela aeronautica, já sem duvida alguma, pelo interesse e carinho que o governo brasileiro vem dispensando á aviação, com o preparo de modernas bases, uma das quaes o aeroporto de Fernando Noronha que diversas vezes tem servido de primeiro pouso aos aviões procedentes da Africa.

Tentada inicialmente em 1927, com o hydro-avião "Late-28", sob o commando de Jean Mermoz, da "Compagnie Générale d'Entreprises Aéronautiques - Lignes Latécoère", mais tarde pela Air France e, logo após em 1930, com optimos resultados obtidos em ambas essas experiencias permitiram concretizar-se o projecto de

Fonte: Revista O Cruzeiro, edição 0052 de 1940, p.42. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=003581&PagFis=26626&Pesq=Aeroporto Santos Dumont>>. Acesso: 15 out.2017

A presença alemã na aviação civil brasileira era uma realidade: primeiro a Condor Syndikat, depois o Sindicato Condor, e no mesmo ano, a VARIG. As duas primeiras se encarregaram de ligar a Alemanha à América do Sul (Figura 16), e a terceira, dominou o espaço aéreo nacional e, posteriormente o internacional, durante 79 anos.

O objetivo aqui não é fazer um aprofundamento nas relações institucionais com as empresas aéreas que operavam no Brasil de 1930 a 1940. Este caminho, porém, é importante para apontar elementos que corroboram com a tese de que o Governo Vargas fazia uso tanto de meios mais corriqueiros para alcançar seus objetivos – tal qual era costume na política nacional –, como dos mais elaborados. O exemplo disso é a adoção do tripé Turismo-Propaganda-Patrimônio para alcançar a credibilidade desejada junto aos países que lideravam a política e a economia mundial.

É evidente que o desenvolvimento da atividade turística no Brasil não se deu exclusivamente por meio da aviação comercial, porém, foi este o meio de transporte que recebeu maior incentivo durante o Governo Vargas, e que por oferecer maior rapidez nas viagens e propiciar o trânsito aéreo vindo de outros países, teve maior impacto na divulgação do País, suas paisagens e riquezas históricas e culturais, nacional e internacionalmente.

4.4 Avanços pela água e por terra firme

Para compor o histórico dos transportes de passageiros no Brasil, que nos levará à compreensão da participação do Governo Vargas no incremento da atividade turística e na divulgação do patrimônio histórico nacional, vale a pena ter uma noção do que era o transporte aquaviário e o terrestre naquele período. Assim, serão apresentadas, de maneira breve, algumas informações referentes aos meios de transporte utilizados antes dos aviões, ou concomitantemente a eles.

De acordo com Lima Neto (2001), no início dos anos 1930 o Brasil tinha problemas no setor de transportes, por terra e mar. Na mesma medida em que as dificuldades terrestres se apresentavam pelas péssimas condições de trafegabilidade das estradas, e pela qualidade questionável da frota de veículos nacionais, por mar as dificuldades se apresentavam em relação aos portos – assoreamento, falta de infraestrutura adequada para o atracamento das embarcações, assim como a ausência de equipamentos para movimentação de cargas, entre outros.

Alzira Vargas (1960, p.114) apresenta duas situações em que ocorreram acidentes na família, por falta de condições de trafegabilidade e de segurança nas estradas. A primeira trata de um acidente em 1933, envolvendo seus pais, Getúlio Vargas e Dona Darcy Vargas, seu irmão Getúlio, o chofer, e o novo ajudante-de-ordens da Presidência, o Capitão-tenente Celso Pestana, morto no desastre, na estrada Rio-Petrópolis. Na ocasião uma pedra rolou pela estrada, atingindo o carro em que viajavam. O resultado foi: Vargas e a esposa, feridos; o ajudante-de-ordens, morto; e os demais, ilesos.

Em 1942, outro acidente de graves proporções, na Praia do Flamengo, no Rio de Janeiro, atingiu novamente Getúlio Vargas. Esse, envolvendo outro veículo (VARGAS 2017, p.347). A falta de sinalização e de segurança nas estradas e vias públicas certamente responderiam pelos acidentes no trânsito da época.

No que se refere à navegação, de acordo com Lima neto (2001), a frota não atendia às demandas da Marinha Mercante, tendo em 1929 165 navios de longo curso e 652 navios de cabotagem. Com a ascensão do Governo Provisório da Revolução de 1930, foi criado o Departamento Nacional de Portos e Navegação – DNPN, com o objetivo de minorar essas questões e estruturar adequadamente o setor, crucial para acompanhar o processo de industrialização a que o País se submeteria a partir de então.

Caminhando em direção à otimização dos recursos do setor de navegação é criada uma nova legislação para modernizar os procedimentos, e regulamentar a atividade. Dentre as medidas efetivas tomadas pelo Governo Federal, estavam as amplas reformas realizadas nos portos brasileiros, colocando-os em condições de operar satisfatoriamente.

No ano de 1933, o Brasil contava com 18 companhias de navegação, tendo cada uma delas, diversas linhas de atuação, de acordo com a região de cobertura. Sendo prioritariamente um transporte de carga, pouco a pouco foram oferecendo também o transporte de passageiros, inclusive com a divisão em 1ª, 2ª e 3ª classes. (V.Figura 17)

Burlamaqui (1936) apresenta os números da navegação brasileira no ano de 1933, com a discriminação de companhias de navegação e o número de passageiros transportados por cada uma delas, e em que classes se deslocavam. Pode-se afirmar que esse é um importante registro referente à incipiente atividade turística nacional.

Figura 17: Transporte aquaviário de passageiros em 1933

Transporte de passageiros e animais — O quadro que se segue discrimina, por companhias ou empresas, o transporte effectuado em 1933, num total de 116.434 passageiros de 1ª classe, 16.379 de 2ª classe e 100.112 de 3ª classe, bem como 3.149 animais:

NOMES	PASSAGEIROS			Animais
	1ª	2ª	3ª	
1 — Amazon River.....	7.162	—	7.466	2.037
2 — Navegação dos Autazes.....	662	—	382	802
3 — Naveg. do Alto Tapajós.....	2	—	—	—
4 — Emp. Nav. dos rios Mamoré e Guaporé.....	49	—	174	7
5 — Emp. Clemente C. Cantanhede.....	32	—	—	—
6 — Comp. Fluvial Maranhense.....	491	—	393	—
7 — Emp. Lloyd Maranhense.....	147	—	78	—
8 — Emp. Nav. Fluvial Baixo São Francisco.....	1.926	—	5.584	—
9 — Emp. Viação do São Francisco.....	2.105	6.367	—	64
10 — Nav. Mineira do São Francisco.....	3.446	3.458	—	—
11 — Comp. Nav. Lloyd Brasileiro.....	56.714	5.772	59.310	—
12 — Comp. Nac. Nav. Costeira.....	32.803	2.441	20.864	55
13 — Comp. Commercio e Navegação.....	471	—	779	177
14 — Soc. Anonyma Lloyd Nacion al.....	3.387	—	—	—
15 — Comp. Nav. São João da Barra e Campos.....	—	—	—	—
16 — Comp. Viação São Paulo-Matto Grosso.....	170	341	—	—
17 — Emp. Nac. Navegação Hoepecke.....	6.380	—	5.278	—
18 — Estrada de Ferro Santa Catharina.....	492	—	1.800	7
Total.....	116.439	16.379	100.112	3.149

Fonte: Departamento Nacional de Portos e Navegação. Relatório dos serviços executados durante o ano de 1934. Departamento de Portos e Navegação, p. 31.

Rio de Janeiro: Oficinas dos Correios e Telégraphos, 1936. Disponível em:

<<https://archive.org/search.php?query=Relat%C3%B3rio%20dos%20servi%C3%A7os%20executados%20durante%20o%20ano%20de%201934>>. Acesso: 05 set.2017

Observa-se que o maior número de passageiros viajando de primeira classe, o faz por meio da Companhia de Navegação Lloyd Brasileiro e pela Companhia Nacional de Navegação Costeira, ambas com sede e ponto de partida no Rio de Janeiro, que dispunham de 64 e 19 vapores, respectivamente.

Este olhar parcial acerca do transporte aquaviário no Brasil, entre 1930 e 1934, nos dá uma ideia do volume de passageiros em trânsito.

Enquanto os deslocamentos de passageiros por via aquaviária começavam a se popularizar, atendendo a três classes sociais distintas, e por isso, tendo um público bem heterogêneo, o Brasil já vinha experimentando o rodoviarismo⁷⁵.

⁷⁵ Desenvolvimento do transporte rodoviário estimulado pelo presidente Washington Luís (1926-1930), cujo lema era: Governar é abrir estradas.

Com o advento da indústria automobilística, era imprescindível que o Brasil também se modernizasse. Assim, a aquisição de automóveis pelas classes abastadas, e seu uso também para as atividades de lazer passaram a fazer parte da rotina da sociedade brasileira e, principalmente, da carioca.

Para ilustrar, apresentamos o levantamento quanto ao número de veículos de transporte rodoviário existentes no Brasil, no ano de 1940. (V.Figura 18)

Figura 18: Veículos de transporte rodoviário no Brasil – 1940

VEÍCULOS A MOTOR						
Totais por Estado em 31 de dezembro de 1940						
ESTADOS	AUTOMOVEIS	CAMINHÕES	ÔNIBUS	TOTAL	MOTOCICLETA	TOTAL GERAL
São Paulo.....	42.327	32.609	3.586	77.522	1.345	78.867
Distrito Federal.....	30.728	14.255	1.106	46.089	1.007	47.096
Rio Grande do Sul.....	16.224	7.268	750	24.242	402	24.644
Minas Gerais.....	13.131	8.589	629	22.349	411	22.760
Estado do Rio.....	5.250	4.698	512	10.460	201	10.661
Pernambuco.....	4.482	2.346	184	7.012	159	7.171
Paraná.....	3.446	2.241	149	5.836	108	5.944
Baía.....	2.561	1.767	121	4.449	79	4.528
Santa Catarina.....	2.165	1.476	207	3.848	241	4.089
Ceará.....	1.564	1.653	106	3.323	76	3.399
Pernambuco.....	1.054	1.191	125	2.370	41	2.411
Espírito Santo.....	877	1.035	92	2.004	37	2.041
Alagoas.....	1.017	817	73	1.907	37	1.944
Rio Grande do Norte.....	756	790	51	1.597	29	1.626
Pará.....	780	740	54	1.574	33	1.607
Mato Grosso.....	780	732	56	1.568	28	1.596
Sergipe.....	565	462	61	1.088	19	1.107
Maranhão.....	516	433	50	999	19	1.018
Goias.....	461	430	52	952	55	1.007
Amazonas.....	370	331	22	723	20	743
Piauí.....	309	363	36	708	15	723
Acre.....	14	30	2	46	3	49
TOTAL: (1940).....	129.377	84.265	7.024	220.666	4.365	225.031
(1939).....	122.061	74.786	5.965	202.812	3.407	206.219
(1938).....	106.764	64.903	8.529	170.196

ladas de outros veículos e acessórios, no valor de 233.641 contos. Em 1940, sob as mesmas rubricas estatísticas, importamos 23.495 unidades, no valor de 313.031 contos, além de 22.510 toneladas de outros veículos acessórios, no valor de 218.335 contos.

Fonte: Brasil 1940-41: Relação das Condições Geográficas, Econômicas e Sociais, p.469 . Disponível em:<<https://archive.org/stream/relatgeoecosoc194041#page/468/mode/2up/search/Brasil+1939-40>>. Acesso : 20 nov.2017.

Todo esse aumento do número de automóveis no Brasil abriu espaço não apenas para o transporte de cargas, fator de peso para a economia brasileira, mas também para o transporte de pessoas. O Turismo, já amplamente difundido pelo mundo, e no Brasil, tendo como difusores os jornais e revistas que mantinham em suas publicações colunas que retratavam a realidade desta atividade na Europa e nos Estados Unidos, agora se apresentava como

estímulo para o rodoviarismo. As mesmas publicações que traziam notícias de além-mar anunciavam seguidamente a venda de “automóveis de turismo”, deixando clara a indicação de uso e a demanda deste tipo de produto.

4.5 Turismo: o nascimento de uma atividade organizada

Após a grande movimentação ocorrida na capital federal com a Exposição Universal de 1922, em comemoração ao centenário da Independência, e dando continuidade a ações de incremento à atividade turística no Rio de Janeiro, mais precisamente em Petrópolis, foi criada a Sociedade Brasileira de Turismo, no ano de 1923. Esta associação, ao se filiar a organismo de turismo internacional, passou a atuar sob a denominação de Touring Club do Brasil, a partir do ano de 1926.

O Touring passou a ser a organização mais importante e atuante na divulgação do Brasil, interna e externamente, ao promover continuamente viagens pelo país, por mar e por terra. Ocupou-se de tarefas que cabiam aos órgãos do Governo e que, no entanto, não eram realizadas: sinalização em estradas, padronização de documentos veiculares, modernização das leis de trânsito, emplacamento de veículos, cartografia, informações ao público, entre outras. O Touring criou a Caderneta de Tráfego Interestadual, documento que identificava seus associados, e que, com autorização do Governo Federal passou a ser utilizada como carteira de habilitação, que à época ainda não existia.

O TCB, com o intuito de prestar serviços de alta qualidade aos visitantes que chegavam ao porto do Rio de Janeiro, instalou no Cais Mauá um bureau de informações turísticas, funcionando por autocusteio e oferecendo serviços gratuitos de informações, atendimento bilíngue e passeios pela cidade aos que demorariam algumas horas para reembarcar em seus vapores para seguir viagem.

A realização do III Congresso Sul Americano de Turismo, organizado pelo TCB, no Rio de Janeiro, em 1930, só demonstrava a seriedade desta associação, e a importância da atividade turística para o Brasil de então. As seções propostas durante o evento deixam entrever a respeitabilidade dos que dele participaram: Educação turística; Rodoviarismo; Excursionismo; Automobilismo; Cooperação intelectual; Temas diversos. Em todas elas está inserida a tríade sobre a qual se apoia este trabalho: Turismo-Propaganda-Patrimônio.

A dedicação dos membros do TCB para alavancar o turismo no Brasil era considerável. Sob orientação de Otávio Guinle, seu presidente, dois diretores do clube, Srs. P.B. de Cerqueira

Lima e Juvenal Murtinho Nobre foram ao palácio do Catete apresentar a Getúlio Vargas, presidente de honra do conselho do TCB, o programa de uma campanha em prol do desenvolvimento do turismo no Brasil. A ação teria o apoio da Associação Brasileira de Imprensa. (Jornal A Noite, Ed. 07129, 29 setembro 1931).

A matéria publicada no dia seguinte apresenta detalhes quanto às intenções do TCB para aquele período. Importante observar a participação de Vargas não só no evento, mas no próprio clube, como presidente de honra. (V.Figura 19)

Figura 19: Touring Club do Brasil – programa de divulgação turística

O mez do Touring Club do Brasil

A grande reunião de amanhã

No intuito de intensificar a propaganda de Turismo no nosso país, o Touring Club do Brasil levará a efeito a partir de amanhã, uma série de reuniões, solenidades e passeios que servirão ao mesmo tempo para demonstrar o vertiginoso progresso dessa sociedade nos ultimos tempos.

Para esse fim, o Touring Club do Brasil, que já conta com perto de 2.000 associados, dedicará todo o mez de outubro a essa patriótica propaganda, afim de tornar cada vez mais claros os objectivos pelos quais se vem batendo desde a sua fundação.

Fazer do Brasil um grande centro de atracção turística na America do Sul. Tal é o escopo fundamental dessa obra de tão largas consequências para a economia, a cultura e a cordialidade americana.

O momento é extremamente auspicioso para essa campanha. A necessidade de um melhor conhecimento entre os povos, impõe-se como o unico recurso verdadeiramente capaz de evitar as prevenções e as rivalidades de que decorrem, não raro os choques amargos.

Além disso, trata-se de intensificar o Turismo Interestadual de que tanto depende a grandeza do nosso país pela consolidação dos laços que prendem entre si as diversas unidades federativas.

Urge que os brasileiros do norte conheçam o Brasil do Sul, e os do Sul conheçam o Brasil do norte, e assim por diante para que seja cada vez mais forte em todos o orgulho de ser brasileiro.

O "Mez do Touring Club do Brasil" começará amanhã, com a grande reunião de todos os seus associados no grande salão de honra da Associação Brasileira de Imprensa, para esse fim gentilmente cedida pela directoria.

A sessão será honrada com a presença do Dr. Getúlio Vargas, chefe do Governo Provisorio da Republica, e com os ministros do Estado, Interventor no Distrito Federal e chefe de policia.

Fonte: Jornal A Noite, 30 de setembro de 1931, p.2. Disponível em:
http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=348970_03&pesq=TouringClubdoBrasil&pasta=ano193. Acesso 30 out.2017

Desta forma, o Touring Club foi conquistando cada vez mais espaço, mas associados e promovendo o turismo no e do Brasil. Sua ligação com os Touring Clubs internacionais propiciava a divulgação de folhetos trilíngues, apresentando ao cenário internacional as belezas naturais do Brasil, gerando interesse para visitaç o. Reportagens publicadas em revistas dos Tourings internacionais, a participa  o em feiras e exposi  es fora do Brasil, al  m dos cruzeiros que promovia, deram ao Touring Club do Brasil o reconhecimento do Governo Vargas, e a denomina  o de   rg o Oficial para o Fomento do Turismo na Am  rica do Sul.    relevante observar que as refer  ncias a esta titula  o n  o apresentam a data nem o documento possivelmente emitido pelo Itamaraty, comprovando a designa  o ao TCB de

tamanha responsabilidade. No entanto, documentos da Câmara dos Deputados, do ano de 1968, referem-se ao projeto de lei 920/1968, para se efetivar a titulação acima citada, tomando como base o artigo 1º da Lei nº 91, de 28 de agosto de 1935, que trata de:

Art. 1º As sociedades civis, as associações e as fundações constituídas no País com o fim exclusivo de servir desinteressadamente à coletividade, podem ser declaradas de utilidade pública, provados os seguintes requisitos: a) que adquiriram personalidade jurídica; b) que estão em efetivo funcionamento e servem desinteressadamente à coletividade; c) que os cargos de sua diretoria, conselhos fiscais, deliberativos consultivos não são remunerados. (BRASIL, 1935)⁷⁶

Os resultados exitosos do Touring Club do Brasil certamente contaram com a participação efetiva de um de seus membros, o Sr. Angelo Orazi. Seu empenho em fazer progredir a atividade turística no Brasil ficou evidente nas cartas enviadas a Oswaldo Aranha nos anos de 1934 e 1935.

Em sua primeira carta (C. 05/34), Orazi relata a Aranha o que tem feito em prol do turismo por meio do TCB. Relata o envio de 11 cartas-relatório ao Touring, dando esclarecimentos acerca da atividade turística nos Estados Unidos e as possibilidades de inserir o Brasil nesse circuito. Sua preocupação com o sucesso do Brasil neste segmento é realçado nas palavras endereçadas a Aranha.

Posso assegurar a V. Excellencia que não tenho perdido um dia em colher elementos sobre Turismo, industria esta que há desasseis anos me ocupa e tanto me interessa. Espero que todas estas observações e elementos permitirão à Diretoria do Touring apresentar às autoridades competentes sugestões definitivas para que, de uma vez, se possa traçar um plano positivo e concreto para a criação e desenvolvimento da industria do Turismo no Brasil. (C. 05/34)

Orazi solicita a Aranha um encontro para que possa expor seus relatórios e suas ideias, mesmo que rapidamente. A demonstração de confiança e o pedido de auxílio que se observam nesta carta, deixa entrever certa estreiteza nessa relação, chegando a indicar alguma familiaridade, seja pela frequência de encontros, de consultas, ou de afinidades de interesses.

Conto com sua valiosa opinião e prestígio para que V. Excia, propriamente, indique às autoridades federaes o caminho certo a ser traçado para que o Brasil, que tanto o merece, seja considerado um Nação que pode atrair, por

⁷⁶ BRASIL. Lei nº 91, de 28 de agosto de 1935. Disponível em: <www.camara.gov.br/sileg/integras/449218.pdf>. Acesso em 24 out 2017. Esta lei foi revogada pela Lei nº 13.204, de 14/12/2015.

si mesma, com grandes vantagens de toda a espécie, correntes turísticas do estrangeiro, opinião esta com a qual, infelizmente, nenhuma Agência de Turismo dos Estados Unidos concorda. (C. 05/34)

O que este parágrafo nos revela? A confiança plena do Gerente do Touring Club do Brasil em Oswaldo Aranha; a importância de sua opinião acerca dos relatórios feitos por um profissional que há 16 anos atua na área, ou seja, com larga experiência no setor; a imagem pouco atrativa do Brasil nos Estados Unidos; e, mais que isso, revela a ascendência de Aranha sobre “as autoridades federaes” a ponto de lhe ser pedido que os guie em direção ao caminho certo. Este talvez seja o trecho mais significativo desta carta: a revelação de Aranha como detentor do poder de influenciar as decisões do Governo, seu poder de persuasão e a certeza de que o assunto em pauta era de seu maior interesse.

A segunda carta de Orazi para Aranha (C.06/35a) contém fragmentos dos relatórios citados na carta anterior, e, já de início, um pedido muito claro: que Aranha facilite ao presidente do Touring Club do Brasil o acesso a Getúlio Vargas. O objetivo era que desta forma fosse possível explicar a Vargas a urgência de algumas medidas a serem tomadas em prol do desenvolvimento do turismo entre Brasil e Estados Unidos.

Muitas outras considerações tenho eu feito durante a minha estadia aqui, reservando-me [...] escrever, com calma, relatorios técnicos mais detalhados e discriminados a fim de que as autoridades, por intermédio do Touring Club do Brasil, possam possuir os elementos de que atualmente carecem para o conhecimento exacto da situação da Industria do Turismo no que se refere ao Brasil nas suas relações com o Extrangeiro e vice-versa. (C.06/35a)

A segurança de que as informações que detém são de grande importância para o Brasil, e a urgência que Orazi acredita ser necessária para a solução dos problemas do Turismo no País, fazem com que se posicione com mais firmeza e até com um pouco mais de liberdade em relação ao embaixador Oswaldo Aranha. Este detalhe se destaca no trecho da carta em que diz:

V. Excia me perdoará, mas recorrerei ao patrocínio de V. Excia, mesmo do Rio de Janeiro, se for necessário, porque atualmente ninguém melhor do que V. Excia pode influir em certas deliberações respeitantes ao Turismo, porque V. Excia aqui pode fazer constatações e ver realidades que nunca poderão observar os que vivem e residem normalmente no Brasil. (C.06/35a) (grifo nosso)

Orazi inicia, então, a discorrer sobre seus relatórios, abordando diversos pontos, tais como: Pan American Union; as recomendações do embaixador Hugh Gibson; observações gerais sobre o turismo nos Estados Unidos e no Brasil; as agências de turismo nos Estados Unidos; Companhias de navegação Munson Line e Prince Line; o turismo interestadual nos Estados

Unidos; os esportes de inverno; tráfico marítimo entre norte e sul da América; os cruzeiros de turismo; um descritivo das ações dos principais bureaus de turismo de diversos países, instalados nos Estados Unidos; a propaganda turística nas revistas e magazines; Union Pacific System Railway; o turismo em Portugal; Filme de propaganda suíça; cartazes de turismo; propaganda pelo rádio; as épocas de turismo nos Estados Unidos; a vinda de artistas de cinema ao carnaval como hóspedes da prefeitura, entre outras coisas.

A questão que nos vem à mente após essa leitura é: por que tamanho empenho em deixar Aranha a par de seus relatórios ou da situação da atividade turística (agentes de turismo; meios de transporte; propaganda turística em rádio, cartazes, filmes e revistas; eventos, os bureaus de turismo, e outras coisas mais)? Considerando que o gerente do TCB já havia enviado estes relatórios ao presidente de sua instituição, por que era ainda necessário informar a Aranha sobre o que estava acontecendo e, ainda, pedir-lhe que providenciasse um encontro com Vargas? Certamente, a receptividade e o interesse de Oswaldo Aranha por este tema eram garantidos, caso contrário não haveria esta correspondência. Pensando assim, voltamos a refletir que estes interesses eram os mesmos de Getúlio, pois, a despeito de sua ascendência sobre Vargas, este não se submeteria a suas vontades se não houvesse ali uma convergência de objetivos.

Para cada item apresentado Orazi faz suas observações; algumas delas serão citadas neste capítulo, outras serão apresentadas mais adiante, uma vez que os temas tratados nos fragmentos dos relatórios são muito diversos e não se enquadrariam todos num mesmo espaço.

Em um dos fragmentos das suas cartas-relatório, Orazi trata das impressões do embaixador americano no Brasil Hugh Gibson (1933-1937) sobre o turismo no Brasil. Ancorado em seus conhecimentos de caça e pesca, sendo essa a sua preferência como hobby, Gibson, entabula longa conversa com Orazi, dando sugestões acerca do desenvolvimento da atividade turística no País. O curioso é que as sugestões de Gibson são tratadas por Orazi como recomendações, e o resumo do encontro é repassado a Aranha, a pedido de Gibson, sendo compreendido como um recado ou pedido pessoal do embaixador norte-americano.

EMBAIXADOR DOS ESTADOS UNIDOS NO BRASIL SNR. H. GIBSON E SUAS RECOMENDAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO TURISTICO DO BRASIL. Durante a minha viagem a Nova York tive ocasião de trocar idéas interessantes sobre o assunto acima com êste diplomata e, mesmo a seu pedido, vou transmitir o que eu achei de bem interessante e que deverá despertar as atenções das autoridades competentes

por intermédio do Touring Club do Brasil de que resultarão as consequentes medidas administrativas que o caso requer. (C. 06/35c)

Interessante destacar o tratamento dado a esta questão, e o tom usado por Orazi, como esta fosse uma questão de enorme importância para o Brasil, cujo encaminhamento era determinado pelos Estados Unidos.

Segundo palavras de Orazi, Gibson era, naquele momento, “grande entusiasta do Brasil”, e vislumbrava muitas possibilidades para o desenvolvimento do turismo, principalmente aquele relacionado às atividades de caça e pesca. Discorreu sobre todo o aparato existente em outros países para dar sustentação a esse esporte, tais como lojas de produtos específicos, bibliotecas com publicações direcionadas aos interessados nestas práticas, apresentando-as como negócios muito promissores.

Queixava-se de não haver estas facilidades no Brasil, além de a legislação não permitir o desembarque de armas de fogo trazidas por viajantes, o que impediria ou, ao menos, dificultaria esta prática esportiva. Destacou que esta modalidade era adotada por homens ricos e que, ao fim e ao cabo seria muito rentável para o Brasil permitir e investir neste segmento.

As queixas de Gibson encontram eco na receptividade de Orazi que, imediatamente, se pôs a defender seu discurso. E nesta carta, como se fosse uma solução para atender às demandas do embaixador norte-americano, reconhece a necessidade de se regulamentar o turismo no Brasil.

[...]Surge evidentemente daqui a necessidade de criar uma legislação de turismo no Brasil como já as possuem quase todas as outras Nações e em continuo aperfeiçoamento. Urge rever todas as leis existentes e po-las ao par das necessidades hodiernas, se nós queremos, de facto, fazer e desenvolver o turismo. (C. 06/35c)

Nos fragmentos seguintes, Orazi se põe a defender que o Brasil comece a fazer propaganda de seus atrativos, para que possa chamar a atenção e despertar o desejo de turistas para vir conhecer o que há de interessante no país, e de empresários do setor para que possam organizar viagens, excursões e cruzeiros para este país, e não só de passagem. Predominam os comentários sobre a estrutura turística dos Estados Unidos e as práticas comerciais e de marketing daquele país e de outros que ali instalaram suas agências de comunicação e turismo. A propaganda, parte da nossa tríade de estudo, teve significativa importância no período Vargas, assim, será tratada em capítulo à parte, no qual apresentaremos os comentários do Sr. Angelo Orazi

As informações reunidas neste capítulo não se referem à totalidade dos dados acerca da evolução e uso dos transportes no Brasil, nem sequer do turismo nacional. Porém, cumprem a

função de contextualização. Para caminhar em direção ao uso da tríade Turismo-Propaganda-Patrimônio por Getúlio Vargas como ferramentas políticas é preciso peregrinar por cada um destes elementos, reunindo os fragmentos de toda essa história. Uma história que está espalhada, com informações desconstruídas, outras inacessíveis. Logo, trabalha-se aqui, na perspectiva de reunir e compreender estes fragmentos, e, tanto quanto possível, avançar.

4.6 Cartas para o turismo

Abordar a questão dos jogos no Brasil durante a Era Vargas é, certamente, um desafio. Considerando a ausência de dados compatíveis entre as fontes, e da existência de relatos contraditórios encontrados em matérias de jornal, tomaremos como guia a carta enviada a Oswaldo Aranha por Tomás Oscar Pinto de Saavedra, o Barão de Saavedra. (C.01/31)

Saavedra apresenta a Aranha uma espécie de relatório da estrutura organizacional do Copacabana Palace Hotel e de outros hotéis da Companhia Hotéis Palace. São apresentados números referentes à média de hóspedes, além dos procedimentos operacionais das empresas.

O Barão prossegue, fazendo alusão aos tempos áureos do Rio de Janeiro, quando os hotéis da Companhia Palace Hotel estavam sempre lotados. Ao lamentar o fechamento de outros hotéis da cidade, em decorrência do fraco movimento de turistas, Saavedra observa que: “Uma cidade que fecha seus hotéis é uma cidade em decadência. O hotel representa o reflexo do progresso de uma grande capital, e nós nos podemos orgulhar de possuir os melhores hotéis da América do Sul”.

E prossegue, num ar nostálgico, agora apresentando o problema do Cassino de Copacabana Palace.

O fechamento arbitrário do Cassino Copacabana, por um acto de violência do governo Washington Luis, desrespeitando um contracto sub judice e a incúria do mesmo governo deixando alastrar a febre amarela.

O Hotel Copacabana e o seu casino foram construídos baseados num contracto celebrado com o governo Epitacio nelles se invertendo vultuosos capitaes. Elle preencheu os fins que tinha em vista. (C.01/31)

Entende-se que Saavedra atribui à febre amarela e à suspensão da autorização de funcionamento de cassinos no Rio de Janeiro o fechamento de hotéis, a redução de hóspedes e os largos prejuízos sofridos pelo comércio da capital federal naquele período.

E continua, sobre o Cassino do Copacabana Palace: “Elle era o centro da vida mundana do Rio de Janeiro, pois nelle se realizavam bailes, banquetes e festas e no seu theatro se exhibiram as melhores troupes theatrais da Europa”. (C.01/31)

Ao solicitar a reabertura do Cassino, Saavedra faz lembrar que vários países mantinham cassinos e que isso era importante para o turismo e, consequentemente, para a economia do país.

A decisão do presidente Washington Luís de fechar os cassinos no Rio de Janeiro era, na opinião de Saavedra um equívoco a ser corrigido pelo atual governo.

O ex-presidente Washington Luís era de opinião, que o touriste se comprazia só com os passeios pelas nossas florestas e praias e que, fatigado desses passeios, à noite só desejava descansar. [...] Era um ponto de vista de que ninguém o demoveu, embora os factos e provas demonstrassem o contrário. (C.01/31)

E destaca os prejuízos sofridos pelo Rio de Janeiro caso o Governo mantenha essa suspensão.

Permanecendo o novo governo no mesmo ponto de vista, numa área em que todos os paizes têm outra orientação, não vemos que a cidade do Rio de Janeiro possa voltar a ser uma grande cidade de turismo como tem o direito de ser, e não vemos que a nossa capital possa continuar a ufanar-se de possuir os maiores hotéis da América do Sul. (C.01/31)

O caso do fechamento dos Cassinos é um fato que tem datas, motivos e procedimentos que aparecem descontraídos na pesquisa. Sabemos que houve uma ação efetiva do governo Washington Luís para o fechamento dos cassinos.

O cassino do Copacabana Palace era o mais antigo: nascera junto com o hotel, em 1923, mas o jogo levava uma vida atribulada na República Velha e estivera proibido durante quase todo o governo Washington Luiz, de 1926 a 1930. Com Getúlio no poder, o jogo voltou em 1932 e o Copacabana foi o primeiro a reabrir. Octavio Guinle, proprietário do hotel, nunca o explorou, preferindo arrendá-lo a terceiros por 30 mil dólares fixos por mês e o direito de ser seu fornecedor exclusivo de comida e bebida. (CASTRO, 2005 p. 136)

O jogo no Brasil era uma atividade rentável e bastante atrativa às classes abastadas. Estimulava a economia, o turismo, e era o lazer dos privilegiados. Isso justifica o número de cassinos espalhados por diversas capitais do país, o que pode ser conferido a partir do quadro a seguir, no qual são identificadas casas de jogos em três grandes capitais da Região Sudeste do Brasil. O Quadro 6 apresenta uma amostra da quantidade de cassinos existentes nas capitais brasileiras.

Quadro 6: Cassinos no Brasil – Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais

CASSINOS NO BRASIL			
ESTADO	CIDADE	ESTABELECIMENTO	ABERTURA
Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Cassino do Palace Hotel	1910
	Rio de Janeiro	Cassino do Copacabana Palace Hotel	1923
	Rio de Janeiro	Cassino Beira-mar	1925
	Rio de Janeiro	Cassino da Urca	1933
	Rio de Janeiro	Cassino Atlântico	1935
	Niterói	Hotel Cassino Icaraí	1939
	Petrópolis	Hotel Cassino Quitandinha	1944
São Paulo	São Paulo	Cassino Recreio Miramar	1896
	Santos	Cassino Palace Hotel	1910
	Guaruja	Grande Hotel La Plage	1912
	Santos	Parque Balneário Hotel	1922
	Santos	Cassino Monte Serrat	1927
	Santos	Hotel Atlântico	1928
	Santos	Cassino São Vicente	1938
Minas Gerais	Lambari	Cassino do Lago Guanabara	1911
	Poços de Caldas	Cassino do Palace Hotel	1930
	Belo Horizonte	Cassino da Pampulha	1945
	Araxá	Cassino do Grande Hotel	1945

Fonte: NEVES, 2009; VIEIRA, 2014; CASTRO, 2005. Adaptação: Andrea Vianna

Para ilustrar e dar uma ideia da suntuosidade das construções destinadas ao funcionamento dos cassinos no Brasil, muitas delas tendo como finalidade principal o jogo, sendo, alguns, cassinos que tinham como anexos hotéis. A seguir, apresentamos algumas fotos (Figuras 20 a 26) de grandes cassinos no Brasil, quase todos funcionando em hotéis de grande porte.

Figura 20: Palace Hotel, Rio de Janeiro



Fonte: <<http://semprerio.com.br/o-palace-hotel/>>
Acesso em: 30 out 2017

Figura 21: Teatro e Cassino Beira-mar, Rio de Janeiro



Fonte: <https://umpostalpordia.wordpress.com/tag/cassino-beira-mar/>. Acesso em: 30 out 2017

Figura 22: Cassino Atlântico, Rio de Janeiro



Fonte: <<http://copacabana.com/cassinos-em-copacabana/>> Acesso em: 30 out 2017

Figura 24: Cassino da Urca



Fonte: <<http://girocariocatour.blogspot.com.br/2013/05/cassino-da-urca.html>> Acesso em: 30 out 2017

Figura 26: Hotel Cassino Quitandinha, Petrópolis-RJ



Fonte: <<http://emanuelnunesilva.blogspot.com.br/2014/01/hotel-cassino-quitandinha-palacio.html>> Acesso em: 30 out 2017

Figura 23: Copacabana Palace Hotel, Rio de Janeiro, 1923



Fonte: <<https://soscopacabana.wordpress.com/sobre/>> Acesso em: 30 out 2017

Figura 25: Palace Hotel e Cassino Poços de Caldas



Fonte: <<http://www.memoriadepocos.com.br/2011/01/cassinos-em-pocos.html>> Acesso em: 30 out 2017

Outra perspectiva interessante quanto à importância dada ao jogo no Brasil durante a Era Vargas, e antes dela, está representada na carta de Francisco Silva Jr. (C.09/36c) ao presidente Getúlio Vargas, enviada aos cuidados de Oswaldo Aranha e com cópia para ele.

Ao discorrer sobre os mais diversos aspectos da atividade turística desenvolvida nos Estados Unidos, Silva Jr. ressalta pontos de interesse dos norte-americanos para suas viagens de lazer,

destacando que o Brasil tem como atender a essa demanda, desde que invista em propaganda para se fazer conhecer.

Ora, o Brasil de hoje tem tudo para atrair o turista mais exigente. O Rio de Janeiro é considerada a cidade mais bella do mundo; mas é também uma cidade culta e ultra-moderna. Suas praias não têm rival; e os hotéis que as bordejam são tão confortáveis como os dos Estados Unidos. Seu clima é quente, mas não é insupportável; e é clima quente que o americano busca em dezembro, janeiro e fevereiro – quando o frio aqui é, realmente mortífero... (C.09/36c)

A infraestrutura, os atrativos naturais e a riqueza cultural foram aqui contemplados por Silva Jr. Em seguida, ele aborda a atividade com potencial para se tornar um atrativo turístico de grande interesse para os norte-americanos.

Os nossos cassinos modernos são dignos do mais “sophisticated” forasteiro, offerecendo-lhe um ambiente novo, com músicas desconhecidas e dansas typicas do paiz. Liberal com o dinheiro, o americano gosta de se deliciar com as emoções do jogo, aqui proibido. E note-se que a cidade de Tia Juana, na fronteira do México, desenvolveu-se graças ao seu famoso prado de corridas e aos seus clubes noturnos. (C.09/36c)

No entanto, o americano não vae ao Rio de Janeiro unicamente porque ignora as suas attracções e o conforto material que lá encontraria. (C.09/36c)

A relevância das casas de jogos voltadas para atender a um público das classes econômicas mais favorecidas fica, então, evidente, na medida em que se revela que o jogo nos Estados Unidos era proibido⁷⁷, ao passo que na Argentina, Chile, Uruguai e Brasil, era permitido, e que eram frequentes os deslocamentos de turistas internacionais para conhecer os cassinos. Mais que isso, era uma atividade que se desenvolvia em ambiente luxuoso, conferindo aos que dela participavam o status da riqueza e o consequente respeito e admiração que lhes era “devido”. Assim, observa-se a estreita ligação entre a atividade turística e os cassinos; a constatação da existência de cruzeiros saídos dos Estados Unidos para a Europa e para a América do Sul, onde se permitia a prática dos jogos de salão; os altos investimentos feitos na construção dos hotéis-cassinos, com material vindo da Europa (mármore, cristais, entre outros), para receber à altura o público das altas classes sociais.

Os shows que ocorriam nos grandes cassinos, a exemplo do Cassino da Urca, a cobertura dada pelos jornais da época, a projeção internacional que alguns artistas alcançaram a partir de suas apresentações, assim como a presença de grandes nomes da política nacional e seus familiares, reforçavam a ideia de que aquele era um espaço de significativa relevância para o

⁷⁷ Segundo Silveira (2004, p.37), os jogos nos Estados Unidos foram proibidos no ano de 1910, sendo permitidos novamente em 1931, porém com taxas muito altas de impostos, pelas quais o Governo norte-americano recolhia recursos e aplicava na Educação. Nesse ínterim o funcionamento das casas de jogos era clandestino.

Brasil. E, tendo em conta a amizade entre Brasil e Estados Unidos, a influência deste país sobre o nosso, e a proibição do jogo por lá, os cassinos brasileiros eram relevantes para os Estados Unidos também.

Considerando-se a existência de cassinos no Brasil em diversas capitais – o quadro apresentado anteriormente se trata apenas de um recorte –, o fechamento dos cassinos haveria de impactar a economia daquelas cidades, levando-se em conta que os países vizinhos continuavam a manter seus cassinos em funcionamento e a atrair turistas para conhecê-los. O fechamento dos cassinos no Brasil, anunciado na carta de Saavedra, ocorreu no governo de Artur Bernardes (1922-1926), quando o presidente da República restringiu seu funcionamento apenas às estâncias hidrominerais. Segundo Boechat (1998, P.36) a partir de 1924 o jogo foi proibido em todo o território nacional.

Figura 27: Notícia sobre fechamento dos cassinos no Brasil



Fonte: Jornal do Brasil, ano 1922\Edição 00004 (1), pagina 08. Disponível em:
http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_04&pesq=%20Cassinos&pasta. Acesso em:
 27 abr 2018

A reação veio da Sociedade Anonyma Companhia Atlântica, que explorava o Cassino do Copacabana Palace Hotel, por meio de um processo (Diário Oficial da União de 27 de janeiro de 1925, páginas 2581 a 2584) que durou quase 10 anos.

De fato, a reabertura dos Cassinos ocorreu no ano de 1932, atendendo aos pleitos de Saavedra em nome do empresariado brasileiro. Esta medida foi resultado da pressão da elite empresarial, que acumulava prejuízos ao perder espaço para Argentina, Chile e Uruguai, onde os turistas podiam jogar sem preocupações.

Após observarmos a evolução dos transportes no Brasil; os movimentos políticos que propiciaram o desenvolvimento da aviação civil/comercial no país; a livre circulação de companhias aéreas internacionais; os primeiros passos da atividade turística organizada no Brasil; a abertura e funcionamento das casas de jogos de salão como espaço de lazer das elites; o interesse dos norte-americanos nos cassinos, proibidos nos Estados Unidos, é possível presumir os jogos de interesses políticos e econômicos presentes nestas relações.

É preciso observar que na Era Vargas têm início as ações para divulgar os atrativos do Brasil para o exterior, exatamente por se detectar a enorme lacuna que havia quanto a informações acerca do país, suas riquezas, suas belezas e possibilidades de negócios. Desta forma, manter o Brasil na lista dos lugares de interesse dos viajantes era fundamental para possibilitar sua divulgação, e para alcançar este objetivo, Vargas buscou diversos recursos, que poderiam ser chamados hoje de ações de marketing. Publicações de livros e revistas em território nacional, publicação de revistas apenas nos Estados Unidos, realização de eventos, organização do Carnaval no Rio de Janeiro, participação em feiras e exposições internacionais, intercâmbio de estudantes, abertura para a instalação de empresas aéreas internacionais, construção de grandes hotéis e cassinos, programas de rádio de alcance internacional, além das ações políticas desenvolvidas por Oswaldo Aranha, como embaixador do Brasil nos Estados Unidos e ministro das Relações Exteriores.

A partir destas ações governamentais, descortina-se uma intrincada teia de relações cumprindo o papel de ferramentas políticas. A tríade Turismo-Propaganda-Patrimônio começa a aparecer de forma mais clara como elemento de sustentação político-econômica e ideológica.

Neste capítulo pudemos observar as questões diretamente relacionadas à atividade turística, sua infraestrutura, seu desenvolvimento, os benefícios e conveniências das negociações destacadas nas cartas enviadas a Oswaldo Aranha.

Agora, estabelecidas as condições para o avanço do turismo no Brasil, é importante compreender de que maneira se deu a construção da imagem deste país no exterior. Qual era a imagem desejada? O que foi feito para se alcançar este perfil? Quais foram os resultados? Enfim, são muitas as perguntas, assim como são inúmeros os interesses envolvidos.

O próximo capítulo apresenta as várias ações governamentais que colocaram o Brasil na vitrine, tornando-o atrativo aos olhos de intelectuais, turistas, empresários e políticos europeus e norte-americanos. Ações que mudaram a imagem do Brasil para os próprios brasileiros, contribuindo para a difusão do que se propôs chamar de identidade nacional, um aglomerado de elementos que compunham a essência dos brasileiros, tema estudado por Sérgio Buarque de Holanda, Gilberto Freyre e Caio Prado Júnior, cada um à sua maneira, mas que, ao fim e ao cabo era um reflexo dos questionamentos e das buscas existentes à época.

5 PROPAGANDA E TURISMO

A busca do Governo brasileiro para modelar a identidade nacional, tarefa de considerável complexidade, não se concretizou de imediato, nem por sua vontade simplesmente. Para alcançar o objetivo a que se propunha, foi preciso se espelhar nas ideias e ações adotadas por governos nacionalistas, em vigor no início do século XX em diversos países. Cita-se como exemplo Itália, Alemanha, México, Espanha e Portugal (CRUZ, 2013; LAUERHASS JÚNIOR, 1986; DETIENNE, 2013).

A doutrina nacionalista adotava, entre outras coisas, a propaganda como pilar de sustentação do regime político, e essa característica se manteve presente no Governo Vargas sob diversas formas. Elementos como o uso do corpo como sinônimo de força e saúde à disposição do País, a centralização do poder em uma figura adorada pelas massas, a exposição dessa figura com aspecto protetor e paternal, ao mesmo tempo em que é rígido e austero. Um misto de propaganda e repressão (ROLLEMBERG, QUADRAT, 2011; PEREIRA, 2012).

O Governo Vargas não foi diferente, apresentava elementos semelhantes aos do fascismo italiano e do nazismo alemão, mesmo não sendo nem um, nem outro em sua plenitude (LAUERHASS JÚNIOR, 1986).

Os regimes totalitários do século XX adotaram o turismo, a propaganda e a cultura – na qual se encaixa o patrimônio - como meios de divulgação, de difusão dos valores defendidos por eles, seus feitos, suas conquistas e sua suposta superioridade. E, assim, estes governos se “vendiam” para o mundo como um “produto” de qualidade elevada e de difícil equiparação. Eram os melhores. (PEREIRA, 2012).

Algumas medidas para a conquista da simpatia nacional nos países com este perfil político-ideológico podem ser observadas nas ações dos governos da Itália e da Alemanha.

No ano de 1925, Benito Mussolini criou a *Opera Nazionale Dopolavoro (OND)*, rede de instituições cujo objetivo era organizar o tempo livre dos trabalhadores, de maneira que fosse utilizado em favor do regime, ou seja, em atividades educativas, culturais e de preparação física.

De acordo com Rybczynsk (2000),

O fim de semana fascista foi uma instituição criada pelo Estado. O governo criou uma série de organizações dopolavoro (depois do trabalho) [...] Por ordem do governo, aos sábados havia matinês especiais de ópera com entradas muito mais baratas que nos outros dias [...]. O sábado à tarde e o

domingo também era para os trens especiais levarem os trabalhadores a passeio pelo campo e à praia. Os esportes e as atividades ao ar livre foram incentivados, pois, quando o assunto era lazer, os fascistas [...] eram reformadores sociais que queriam não só oferecer tempo livre, mas ainda a forma certa de usar esse tempo livre (RYBCZYNSKI, 2000, p. 126).

Enquanto se apropriava do tempo de lazer do operariado italiano, promovendo eventos, ações de lazer e turismo, Mussolini difundia e reforçava os valores do regime fascista, entrando na vida privada da população, proporcionando momentos de bem-estar que se reverteriam em admiração e apoio ao regime.

Torgal e Paulo (2008) apontam que

Como foi evidenciado, mais do que as estruturas oficiais do partido fascista, agilizaram a canalização da propaganda todas aquelas associações, instituições, jornais e impressos da comunidade italiana que, ao menos aparentemente, promoviam atividades de caráter apolítico, mas que, chegando a entrar na vida cotidiana da comunidade, tinham maior possibilidade de orientar o consenso a favor do regime. (TORGAL e PAULO, 2008, pag. 173).

Os autores ressaltam, ainda que

A única instituição que foi criada diretamente pelo regime e que maiores e melhores resultados atingiu nas campanhas de propaganda fascista foi a Opera Nazionale Dopolavoro (OND). [...] a propaganda acompanhava toda ação da OND, penetrando na vida privada e se aproximando do tempo livre, afirmando uma imagem positiva do fascismo dentro e fora da comunidade italiana. (TORGAL e PAULO, 2008, pag. 173).

A adoção de ações aparentemente não políticas, como lazer, turismo, propaganda, cultura, patrimônio, por exemplo, deram a esses governos um fortalecimento de seus regimes junto à população de seus países, assim como o desenvolvimento econômico e social que os fez se destacarem no cenário mundial da época, antes de seus aspectos negativos serem percebidos em larga escala.

O uso desses artifícios, ou ferramentas, foi otimizado pela Alemanha nazista sob as ordens de Adolf Hitler. Ao adotar as ideias de Mussolini, Hitler adaptou a proposta, enquadrando-a nos moldes e na rigidez nazista, obtendo resultados ainda mais significativos que Mussolini, investindo firmemente na atividade turística. Assim surgiu a *Kraft durch Freude* – KdF (a força através da alegria), que proporcionava viagens a preços acessíveis à classe trabalhadora alemã, dentro e fora do país. A KdF organizava eventos de fim de semana e feriados, cruzeiros para os trabalhadores, chegando ao ponto de fazer, entre 1934 e 1939, o deslocamento turístico de “*dezenas de milhões de alemães*” (MATOS, 1996, p.4).

Para dar suporte às ações da KdF dentro da Alemanha, era necessário que houvesse instalações adequadas à grandiosidade da proposta. Assim, Hitler providenciou a construção de um complexo turístico na Ilha de Rügen, iniciada em 1936: o Colosso de Prora. (Figura 28) O projeto, de Clemens Klotz⁷⁸, foi premiado na Exposição de Artes e Técnicas de Paris, em 1937. Uma construção monumental composta por oito edifícios de seis andares, com capacidade para receber 20 mil turistas, além dos dois mil empregados. A extensão do complexo era de 4,5 Km, e seu objetivo era propiciar momentos de alegria à classe trabalhadora, associados ao regime nazista.

Figura 28: *KdF Seebad-Rügen* ou Colosso de Prora



Fonte: Clarín Mundo, 2015. Disponível em: < https://www.clarin.com/mundo/prora-resort-abandonado-hitler-construyo-para-nazis_0_BkHI1MFDmg.htm >. Acesso em 06 abril 2018.

A despeito de a construção ter sido interrompida em 1939 em decorrência da Segunda Guerra, o Colosso de Prora deixou clara a importância dada ao turismo como ferramenta política, assim como o *Dopolavoro* de Mussolini. A partir dessas duas referências, acredita-se que um caminho similar tenha sido idealizado no Brasil de Vargas.

E como a dissociação da tríade Turismo-Propaganda-Patrimônio não se faz possível neste período político, Capelato (1999), aponta que

⁷⁸ Clemens Klotz (1886-1969) - Arquiteto alemão, membro do partido nazista a partir de 1933, responsável por grandes projetos do regime, tais como os chamados Ordensburg (Castelos da Ordem), escolas para formação de novos líderes nazistas, feitas em formato de castelos.

Os organizadores da propaganda varguista, atentos observadores da política de propaganda nazifascista, procuraram adotar os métodos de controle dos meios de comunicação e persuasão usados na Alemanha e na Itália, adaptando-os à realidade brasileira (CAPELATO, 1999, p. 169)

Dentre algumas das semelhanças entre estes governos e o de Vargas está a criação de uma organização, tal qual o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – DPDC e, posteriormente, o Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP, para tratar do turismo e da comunicação, como a KdF, cuja estrutura, semelhante à da Frente de Trabalho Alemã (*Deutsche Arbeitsfront* - DAF) e ao próprio Partido Nazista, era composta por nove seções:

Amt für Ausbildung (instrução), Kulturamt (cultura), Organisationsamt (organização), Amt für Presse und Propaganda (imprensa e propaganda), Schatzamt (tesouraria), Amt für Schönheit der Arbeit ("beleza" no trabalho. ou seja, estetização/embelezamento dos lugares de trabalho), Amt für Selbsthilfe und Siedlung, Sportamt (desporto), Amt Volkstum und Heimat (cultura popular e folclore). (MATOS, 1996, p.21) – Grifo nosso.

Outra semelhança identificada é o anteprojeto para a Criação de Entidades Estaduais para Expansão Turística⁷⁹ elaborado por Assis Figueiredo, ex-prefeito de Poços de Caldas responsável pela Divisão de Turismo do DIP, a convite de Lourival Fontes⁸⁰. Segundo nos aponta DAIBERT (2016, p.66), o anteprojeto em muito se assemelhava ao *Regio Decreto-legge 23 marzo 1931, n. 371 - Istituzione di un Commissariato per il Turismo e ao Decreto Del Capo del Governo, 20 aprile 1931¹³³ - Norme di attuazione del Regio Decreto-legge 23 marzo 1931, n. 371, relativo alla istituzione del Commissariato per il turismo*. Essa equivalência reforça a percepção do Governo Vargas quanto à relevância da atividade turística como ferramenta política, adotada como tal pelos governos que lhe serviam de inspiração à época.

Com todo esse amparo dos governos nazifascistas à população que era de seu interesse, surge no cotidiano da população uma linha de segregação ideológica: esse foi o momento em que se estabeleceram as diferenças, o “nós” e o “eles”; os que apoiavam o regime e seus adversários; os nacionalistas e os outros. É o período também do coletivo, em que o indivíduo isoladamente não tinha representatividade nem importância. É com base nesse constructo que se desenvolvem as ações de Educação, Cultura, Turismo, Patrimônio e Comunicação, de forma geral.

⁷⁹ Fonte: Arquivo Nacional; Fundo: Conselho Nacional de Economia; Código do Fundo: 1U; Seção de Guarda: SDE; Instrumento: SDE 12. (DAIBERT, 2016).

⁸⁰ Lourival Fontes (1889-1967) - Bacharel em Direito, jornalista e político sergipano, atuou no Governo Vargas em diversos órgãos de comunicação. Diretor do Departamento de Propaganda DP, do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) e do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

Há ainda a idealização do líder, personalidade forte, independente, que está acima de quaisquer partidos e instituições que governa. São nomes marcantes e que despertam adesões apaixonadas (ROLLEMBERG, QUADRAT, 2011; PEREIRA, 2012).

Percebe-se que o segmento cultural direciona seu foco para os governantes, deixando em segundo plano, ou nem isso, seus auxiliares, por mais importantes que estes sejam. Temos um exemplo claro na relação Vargas-Aranha. A elaboração desse caminho é sedimentada e apoiada pela propaganda e pelas ações culturais, com a produção de filmes, músicas, eventos, e publicações diversas. Cria-se, então, uma espécie de Sociedade do Espetáculo (DEBORD, 2000), massificada e conduzida.

A política das massas apresentava ao público um nome de destaque a ser amado e/ou odiado: o protagonista. E é nesse direcionamento que a política finda por se tornar um espetáculo em que se arregimentam simpatizantes e aliados, quase que por arrebatamento, um despertar de paixões, e, como tal, muitas vezes avassaladoras.

De acordo com Debord (2000), a sociedade é mediada pelas imagens, sendo impossível dissociar as relações sociais das relações de consumo. E assim, tudo vira produto, e a população vira consumidora. Este comportamento já existia no período Vargas, sendo evidenciado à medida que as mudanças econômicas decorrentes da industrialização no Brasil começam a se fazer sentir.

Observa-se que a personalização do líder gera a ausência inicial de propostas, uma vez que elas surgem a partir da antítese a grupos existentes, como por exemplo, anticomunistas, antifascistas, antisemitas, entre outros.

A propaganda foi um dos pilares dos regimes autocráticos implantados no mundo nos séculos XIX e XX, e continua sendo, independente do país, do período e de quaisquer características da população. É uma ferramenta de sustentação ideológica, um sistema de dominação da população. Por meio dela tudo se transforma em imagem e se mercantiliza.

Os meios de comunicação são utilizados em larga escala para difundir os ideais do regime. Rádio, cinema, jornais, enfim, são colocados à disposição do governo para a elaboração da imagem do líder, para a disseminação da imagem de uma sociedade coesa e, por fim, para a elaboração e propagação de uma identidade nacional.

Rodrigues, de Luca e Guimarães (2014, p.09) apontam que: “As identidades são sempre construção, mas não necessariamente invenção no sentido de um ato de poder deliberado, conscientemente imposto e assimilado integralmente”.

Todos estes aspectos são como módulos de uma mesma peça. Os governos totalitários do início do século XX, que exerceram influência sobre o Governo Vargas, defendiam a ideia da Nação como um corpo, em que o líder ocupava o lugar da cabeça, do cérebro, e, portanto, era quem dava os comandos, e o povo era representado pelo corpo, que apenas obedecia, e por isso mesmo, precisava ser forte e resiliente.

Desta forma, reforçando o conceito de exclusão (nós *versus* eles), os líderes totalitários apresentavam a sociedade segmentada: de um lado as massas, desprotegidas, impotentes; do outro, os grupos poderosos, que estavam contra a população. E no meio, o grande líder, que fazia tudo pelo seu país e pelo seu povo.

Essa era a construção da imagem do Governo Vargas, balançando entre a sedução da propaganda e o terror da censura, uma vez que os meios de comunicação e as manifestações artísticas passaram a ser tuteladas pelo Estado, o que obrigava os envolvidos nessas áreas a reproduzirem o discurso ideológico do regime, sob o risco de sofrerem penalidades severas, tais como prisões, torturas, entre tantas outras, caso não seguissem à risca as determinações governamentais (GOULART,1990). Apesar destes fatos, é a construção e ao uso da imagem que vamos nos ater nesta tese.

A mesma forma como a propaganda foi utilizada dentro do Brasil para encantar a população e conquistar a preferência e a resiliência do povo brasileiro, assim como o apoio de artistas, intelectuais e empresários, foi adotada também no exterior. A intenção era minimizar os efeitos negativos de um governo ditatorial e se mostrar como um governo paternal, um país repleto de belezas naturais, arte e cultura, e um povo receptivo.

Inicialmente muito próximo dos ideais de Benito Mussolini e Adolf Hitler, Getúlio Vargas foi obrigado a se distanciar deles ao longo do seu governo. Era preciso decidir: ou se mantinha com o Eixo ou com os Aliados. E, assim, considerando o que traria mais vantagens para o Brasil, e com a considerável participação de Aranha como interlocutor nas negociações dos interesses brasileiros junto aos Estados Unidos, Vargas fez sua escolha.

Em um ambiente de opiniões apaixonadas havia as mais diversas convicções, ora a favor de um grupo, ora a favor do outro. Esta indecisão, ou decisão de última hora, ao sabor dos acontecimentos, estava presente também entre os integrantes do Governo. Alzira Vargas relata que

Alguns aguardavam, sondando qual das duas correntes teria maiores chances de vitória. Pulavam de um lado para outro, como se treinassem para o campeonato mundial de salto. Dependia da última notícia da noite. Stálin era

ora um monstro, ora um santo; Hitler, ora gênio, ora um místico sem valor. Mussolini, o fundador de uma nova era para o mundo, no dia seguinte se transformava em mero arruaceiro sem valor. Churchill, um velho decrépito, já em desuso, ou o maior homem do século. Roosevelt, um intrometido, ou o salvador do mundo. Pétain era o salvador da França, mas também aquele que a havia apunhalado. De Gaulle, ora fujão e desertor, virava herói em minutos. Dependia da última manchete. (VARGAS, 2017, p. 346)

A autora afirma, ainda, que apenas um homem conservava a cabeça no lugar e não se deixava influenciar pelos comentários e sentimentos contraditórios das ruas. Este homem procurava tirar proveito do melhor para o Brasil na disputa entre os dois grupos da guerra. E que sua suposta indefinição era decorrente do seu interesse na construção de uma usina siderúrgica nacional. Subentende-se que se o Eixo tivesse se adiantado e atendido às demandas do governo brasileiro, a história teria sido outra... Mas, não foi. E após a decisão, esvaíram-se as tendências, os apoios e as simpatias pelos governos autoritários europeus. É preciso lembrar, entretanto, a forte semelhança entre as posturas adotadas por Getúlio Vargas e esses governos, pois muitas delas se mantiveram em seu *modus operandi*, mesmo após a entrada do Brasil na Segunda Grande Guerra.

A noção de coletividade, identidade e a teoria da exclusão, permaneceram. Hitler adotava como slogan “Um povo, uma nação, um líder”, deixando clara a ideia de união e força, o que remetia a invencibilidade. Vargas, por sua vez, adotava o slogan “Nossa pátria, nossa bandeira, nosso chefe” (PEREIRA, 2012; SOUZA, 2013). A intenção era a mesma, a essência se mantinha. E assim como Hitler e Mussolini, Vargas também fez uso em larga escala, dos meios de comunicação, como rádio, cinema, jornal, por exemplo, para construir e difundir uma imagem positiva do seu governo e dele mesmo, baseada nos princípios nacionalistas e na suposta identidade nacional.

5.1 Construção e venda de uma imagem

O período imediatamente anterior à entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial revelava uma habilidade do governo de Getúlio Vargas para se manter, até certo ponto, em equilíbrio quanto às suas relações tanto com a Alemanha quanto com os Estados Unidos. A chamada equidistância pragmática⁸¹ propiciava ao Brasil a oportunidade de tirar proveito o quanto

⁸¹ Conceito utilizado pelo historiador Gerson Moura, em seu livro *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana* (1984), para definir a política de Relações Internacionais com acordos simultâneos entre Brasil-Alemanha e Brasil-Estados Unidos.

possível de ambas as aproximações, esquivando-se ao máximo de assumir um ou outro lado da história.

Essa relação, alimentada pelas vantagens econômicas obtidas das negociações comerciais – com a Alemanha, comércio de compensação; com os Estados Unidos, livre comércio – foi se desdobrando em interesses de exclusividade, levando estes países a investirem em aproximações pelos mais diversos meios: comunicação, cultura, turismo, patrimônio, política, economia, e outros.

As afinidades de parte do Brasil com a cultura germânica era fato, e a participação de alemães na sociedade brasileira era, até então, bastante diversificada. A comunidade germânica do Brasil tinha representatividade em escolas, jornais, rádios, empresas e até companhias aéreas, como foi mostrado no capítulo anterior, no caso da Condor Syndikat e da VARIG.

A admiração existente no Brasil em relação a alguns feitos da Alemanha Nazista se apresentava das mais diversas formas. A seguir, uma nota emitida pela imprensa carioca, sobre a atividade turística promovida por Hitler e sua propaganda (Figura 29). Além de valorizar os feitos do governo alemão, o redator ainda critica o Brasil, desvalorizando o que aqui era feito neste setor.

Figura 29: Nota da imprensa sobre a propaganda do turismo no Brasil

COMO SE FAZ PROPAGANDA PELO RADIO

O hitlerismo acaba de dar ao mundo uma lição extremamente oportuna: mostrou como é que se faz do Radio uma verdadeira arma de propaganda internacional. E como é? Simples: falando, para cada continente, na língua que ele entende. E' assim que as estações transmissoras de Hitler possuem um "speaker" para cada língua, para cada região: Walter Wellman, "speaker" para a Asia; "Carl Broad", para a Africa; Carl Schott, para a America do Norte; Heinrich Haven, Hans Jurgens e Artur Kast, para a America do Sul e a Central

Em cada país, em cada povo, o nazismo faz penetrar a sua propaganda na língua que esse povo e esse país entendem. E assim, o Radio alemão—arma poderosa e incomparavel!—é entendido no mundo inteiro!

Enquanto isso, o Brasil faz propaganda de turismo em português...

Quem quizer entender-nos que aprenda a língua de Camões, que é a do sr. Lourival Fontes.

Fonte: Revista Careta (RJ), 1936. Edição 1437, p.37. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=083712&PagFis=56495&Pesq=turismo>>. Acesso em: 06 abril 2018

Os Estados Unidos, por sua vez, buscavam estabelecer relações mais proveitosas com o Brasil, objetivando minimizar a influência da Alemanha no País. Desta forma, observam-se os investimentos na aviação civil/comercial, nas negociações comerciais, no apoio ao Brasil por meio de Oswaldo Aranha, além da construção de aeroportos da Panair, que viriam a ser utilizados posteriormente pela Força Aérea no período da Guerra.

Destaca-se, também, a política da boa vizinhança implantada em 1937, todas as ações de propaganda aqui executadas, e a criação, em 1940, do *Office of the Coordination of Inter-American Affairs*, ou simplesmente Birô Interamericano, sob a direção de Nelson Rockefeller, que atuava em quatro vertentes: Comunicação (rádio, cinema, imprensa, viagens e esportes); Relações culturais (arte, música, literatura, publicações, intercâmbio e educação); Saúde (problemas sanitários em geral); Divisão comercial/financeira (exportação, transporte, finanças e desenvolvimento). (MOURA, 1984).

É possível perceber as influências dos dois países na política interna e externa do Brasil na Era Vargas. Há semelhanças entre ações, projetos de lei, instituições governamentais, entre outros, com as existentes nos dois países antagônicos.

As iniciativas para se divulgar o Brasil e suas potencialidades nos Estados Unidos tiveram início no ano de 1918, com a criação da *Brazilian American Chamber of Commerce*, uma câmara de comércio que teve vida curta, mantendo-se em funcionamento por seis meses.

No ano de 1927, sob o comando do cônsul geral do Brasil em Nova York, aconteceu uma reunião de empresários e interessados em estimular a projeção econômica do Brasil nos EUA e, de alguma forma, direta ou indiretamente, se beneficiar dela. Assim, surgiu a *American Brazilian Association* – ABA, uma instituição sem fins lucrativos, de caráter privado, e que mantinha dentre seus objetivos, incrementar as relações comerciais entre os dois países, promover o intercâmbio cultural entre as personalidades sul e norte-americanas e, por fim, oferecer hospitalidade aos brasileiros em visita ao país e vice-versa, estimulando, assim, o turismo interamericano (LINS, 2015).

Esta associação, que visava difundir a imagem do Brasil no exterior, tinha como objetivo estreitar as relações comerciais entre os dois países. Desta forma, encarregava-se de promover eventos, jantares e exposições.

Os esforços ocorriam de maneira bilateral, com a atuação direta do então cônsul brasileiro em Nova York, Sebastião Sampaio, e de Edwin Morgan, embaixador americano no Brasil. Um exemplo dessa atuação conjunta foi a realização, em outubro de 1930, da primeira exposição

coletiva de arte brasileira no exterior, após a adesão de um grupo de artistas brasileiros à Sociedade dos Amigos do Museu Roerich (CARDOSO, 2014). No ano de 1931, ocorreria a primeira exposição de fotografias de arte do Brasil, no mesmo local: em Nova York, no *International Art Center* do *Roerich Museum*. (LINS, 2015, p.83).

Dentre os esforços da *American Brazilian Association* – ABA para estabelecer um intercâmbio entre Brasil e Estados Unidos está a criação da Revista *Brazil*, publicada pela primeira vez em 1927. A Associação, que se interessava por enaltecer o Brasil como detentor de grandes possibilidades de negócios, tinha em sua primeira diretoria apenas um brasileiro, sendo todos os outros membros, empresários norte-americanos, como apresentado a seguir por Lins (2015, p.85), a partir de dados publicados na Revista *Brazil* (1931, p.18):

Presidente: Frank C. Munson – Proprietário da Munson Steamship Line, mais conhecida como Munson Line, uma das maiores companhias de navegação dos Estados Unidos.

Vice-presidentes: A.Stuart Durrant - International General Electric; Robert O. Hayward - Dillon, Read & Co, instituição financeira de investimentos fundada em 1920.

Tesoureiro: James S. Carson - Electric Bond and Share Co., empresa criada pela General Electric, com importante atuação na eletrificação do Brasil, através de sua subsidiária para atuar na América Latina, a American Foreign Power Co, atuando na área elétrica, propriamente dita, e também de bondes e telefonia.

Secretário: Renato Azevedo - Lloyd Brasileiro, companhia de navegação brasileira. Diretores: John McEntee Bowman - Hotel Comodore; Boies C. Hart - National City Bank, instituição bancária; Berent Friele - American Coffee Corporation, importadora do café brasileiro e colombiano; James H. Furay - United Press, empresa jornalística; S.Mallet-Prevost - Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle, escritório de advocacia; John L.Merrill - All American Cables, companhia de telégrafos; Kermit Roosevelt e Frank Russell - National Coffee Trade Council. LINS (2015, p.85)

Destaca-se, aqui, a presença dos empresários da atividade turística, e de empresas que operaram diretamente no Brasil, participando do seu desenvolvimento e modernização, salientando-se empresas de telefonia, energia elétrica, exportação de café, bancos, onde estavam concentrados os investidores norte-americanos, em atuação constante no País.

Registra-se a ocorrência de ações de propaganda do Brasil nos mais diversos formatos: a publicação de revistas, a exemplo da Revista *Brazil* (1927), a *Brazil Today* (1940 a 1942) e a *Travel in Brazil* (1941 a 1942), *This is Brazil* (1944), Revista *Brazil* (1940 a 1959) todas dirigidas ao público norte-americano, de caráter elogioso em relação às belezas e riquezas nacionais (LUCA, 2011; LINS, 2015).

Por serem publicações direcionadas e distribuídas nos Estados Unidos, e pela dificuldade de se localizar as publicações da Era Vargas nos arquivos brasileiros, conseguimos algumas referências acerca de duas destas publicações nos jornais de Rio de Janeiro, São Paulo, principalmente, apresentadas a seguir. Curiosamente, foram encontradas referências a outras publicações sobre o Brasil – ausentes da bibliografia consultada –, cujas notas mantivemos a título de enriquecimento do tema. (Figuras 30 a 33)

Figura 30: Revista *Travel in Brazil* como meio de propaganda do Brasil em Nova York

O SR. WALDEMAR FALCÃO, ministro do Trabalho, Industria e Commercio, mandou remetter ao Departamento dos Correios e Telegraphos 300 exemplares do album "*Travel in Brazil*", que está sendo distribuido como propaganda do nosso paiz na Feira Mundial de Nova York, para serem offerecidos aos cadetes argentinos, ora nesta capital.

Fonte: O Imparcial (RJ). Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=090972_08&pagfis=19031&url=http://memoria.bn.br/docreader#> Acesso em: 10 maio 2018

Figura 31: Nota sobre as revistas *Brazil Today* e *Brasil*, distribuídas nos Estados Unidos

<p>"BRASIL TODAY"</p> <p>Revista de propaganda do Brasil, publicada em Nova York. Traz grande numero de photographias, entre ellas do majestoso Calto do Iguassu', das nossas estancias climatericas e do pavilhão do Brasil na Feira de Nova York.</p>	<p>"BRASIL"</p> <p>Revista de turismo, publicada mensalmente pela "The American Brazilian Association", em Nova York. Numero de outubro. Traz diversos flagrantos da comemoração da independencia do Brasil, naquella paiz, no dia 7 de setembro, vendoso, entre os presentes, alguns membros da nossa sociedade.</p>
--	--

Fonte: Correio Paulistano Ed.25989, 24/11/1940, p.17. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=BrasilToday&pasta=ano194>. Acesso em 09 maio 2018

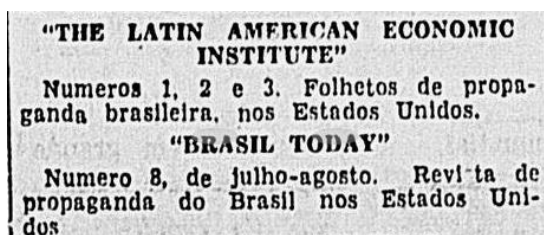
Figura 32: Notas sobre publicações brasileiras no exterior

<p>"BRASIL TODAY"</p> <p>Publicação official do Bureau de Informações sobre o Brasil em Nova York. Numero de janeiro. Noticiario abundante sobre o nosso paiz, acompanhado de photographias.</p>	<p>"BRASILTUR"</p> <p>Revista de assumptos turisticos. Numero de abril. Informações em geral. Trabalhos especializados.</p>
---	--

Fonte: Correio Paulistano, Ed. 26100, 06/04/1941, p.02. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=BrasilToday&pasta=ano194>. Acesso em: 09 maio 2018

Figura 33: Notas sobre publicações de propaganda do Brasil no exterior



Fonte: Correio Paulistano Ed. 26264, 19/10/1941, p. 13. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=Brasil Today&pasta=ano 194. Acesso em: 10 maio 2018.

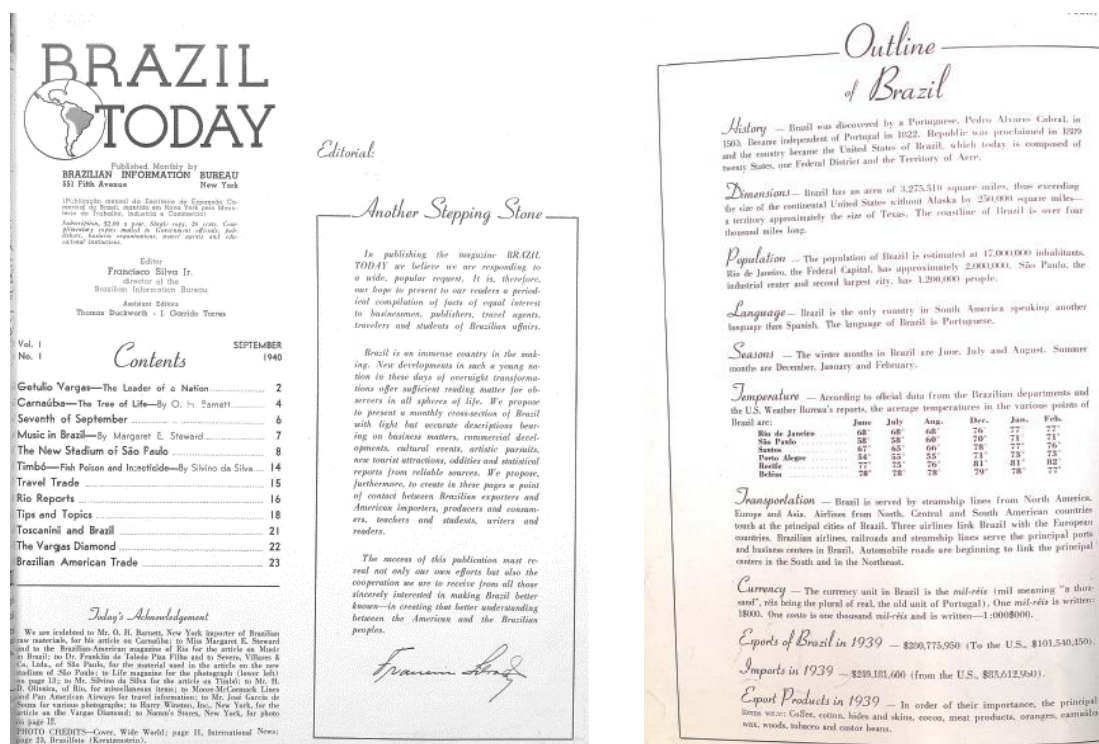
Uma das revistas, a *Brazil Today* (Figuras 34 a 37), publicada pelo *Brazilian Information Bureau*, foi localizada na *University of Michigan Library*. A publicação, de iniciativa do Sr. Francisco Silva Júnior, circulou de setembro de 1940 a fevereiro de 1942. Apresentamos aqui o primeiro número e seu respectivo sumário, no intento de demonstrar o que se divulgava do Brasil nos Estados Unidos, e alguns destaques desta publicação.

Figuras 34 e 35: Primeiro número da Revista Brazil Today, publicada em setembro de 1940, em Nova York. Capa e primeira página



Fonte: *University of Michigan Library*

Figura 36 e 37: Primeiro número da Revista Brazil Today, publicada em setembro de 1940, em Nova York. Sumário e contracapa



Fonte: University of Michigan Library

Este número, não apenas por ser o primeiro de uma série, apresenta elementos que simbolizam a tão almejada aproximação entre Brasil e Estados Unidos, e demonstra o uso deste veículo de comunicação para divulgar as belezas nacionais, objetivando, como se pode constatar, despertar a atenção e o interesse dos norte-americanos para conhecer e se encantar com o nosso país. O que viria como decorrência desse encantamento seria a conquista da confiança do povo, dos políticos e dos empresários estadunidenses, abrindo, então, um leque de possibilidades de negócios entre os dois países.

A capa da primeira edição da Brazil Today traz os dois presidentes desfilando em carro aberto, com a legenda: "Líderes de duas Nações". Significativo diante do cenário de guerra e de todos os acordos firmados entre os dois países, e da indecisão de Vargas de se juntar aos Aliados, contra os países do Eixo. A mensagem transmitida por esta foto, assim como pelo conteúdo da revista é de confiança mútua. O Brasil finalmente seria visto pela América do Norte, como desejavam Oswaldo Aranha, Francisco Silva Júnior, Ângelo Orazi, entre tantos outros nomes.

A página seguinte mostra um mapa do Brasil, fazendo referência às capitais dos Estados, à capital federal, e a cidades-chave e atrações turísticas. Infelizmente a qualidade da imagem não nos permite visualizar com clareza quais são elas. Porém, o importante é perceber o destaque dado ao turismo nesta publicação, reforçado pelas fotos das cidades do Recife, São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza, Foz do Iguaçu, Porto Alegre, Salvador e Rio de Janeiro novamente. Aqui estão representados o turismo, a propaganda e o patrimônio, tríade sobre qual se desenvolve esta tese.

O sumário nos apresenta os temas que atendiam aos desejos e aos preceitos do Governo Vargas. Destacam-se a importância de Getúlio Vargas e sua liderança; fala-se sobre a carnaúba, a árvore da vida; há uma matéria sobre as festividades de Sete de setembro, o evento cívico maior da Nação brasileira; a música brasileira; futebol; pesca, comércio de viagens, a capital federal. Enfim, uma publicação que leva aos norte-americanos uma diversidade de informações sobre cultura, economia, esportes, política, viagens e comércio no Brasil. Não faltam dados.

A última página da revista traz aos interessados informações sobre: história, dimensão, população, idioma, estações (verão e inverno), a temperatura de algumas cidades (Rio de Janeiro, São Paulo, Santos, Porto Alegre, Recife e Belém), meios de transporte (linhas aéreas que operavam no Brasil, formas de deslocamento interno e externo), moeda corrente e sua conversão para o dólar, números de importação e exportação e, por fim, os produtos exportados pelo Brasil em 1939. Como se pode verificar, uma espécie de guia de viagens, cultura e negócios em uma mesma revista.

O Quadro 7 apresenta uma lista dos números da revista *Brazil Today*, publicadas entre 1940 e 1942, destacando os títulos de cada uma delas. Os temas de capa e, conseqüentemente a matéria principal de cada um deles apontam para os interesses de Vargas naquele momento: a construção de uma imagem positiva do Brasil sob os aspectos políticos, econômicos e culturais. Esses objetivos ficam muito claros quando nos deparamos com as fotos das capas e os sumários destas publicações.

Quadro 7: *Brazil Today*, títulos e datas de publicação.

REVISTA BRAZIL TODAY				
PUBLICADO POR	MÊS	ANO	VOL/NÚMERO	TÍTULO
<i>Brazilian Information Bureau</i>	Setembro	1940	V.1 nº1	<i>...leaders of two nations</i>
	Outubro	1940	V.1 nº2	<i>Flying down to Rio</i>
	Novembro	1940	V.1 nº3	<i>Steel... success inevitable</i>
	Dezembro	1940	V.1 nº4	<i>Rio's Carnival... samba rhythms, gaiety, laughter</i>
	Janeiro	1941	V.1 nº5	<i>Brazil's industrial evolution... is absolutely irrepressible</i>
	Fevereiro	1941	V.1 nº6	<i>Labor... ten years of social legislation</i>
	Março/Maio	1941	V.1 nº7	<i>From soap to nuts... Brazil holds a privileged position</i>
	Junho/agosto	1941	V.1 nº8	<i>Brazil's first envoy to Canada. Minister João Alberto Lins de Barros</i>
	Setembro	1941	V.2 nº1	<i>The São Paulo Railway...gateway to the coffee plateaus</i>
<i>Brazilian Government Trade Bureau</i>	Novembro/Dezembro	1941	V.2 nº2	<i>Christus on the Corcovado...an eternal blessing on Brazil</i>
<i>Brazilian Government Trade Bureau</i>	Janeiro/Fevereiro	1942	V.2 nº3	<i>United we stand... under-secretary of State Sumner Welles welcomed at Rio de Janeiro by Presidente Vargas and Foreign Minister Oswaldo Aranha</i>

Fonte: *University of Michigan Library*

Dentre as sessões da revista *Brazil Today*, que podem ser conferidas nos sumários apresentados a seguir, percebe-se a predominância do tema Turismo, com matérias sobre os atrativos turísticos do País. No entanto, a revista era também um veículo de informações para despertar o interesse daqueles que buscavam negócios com o Brasil.

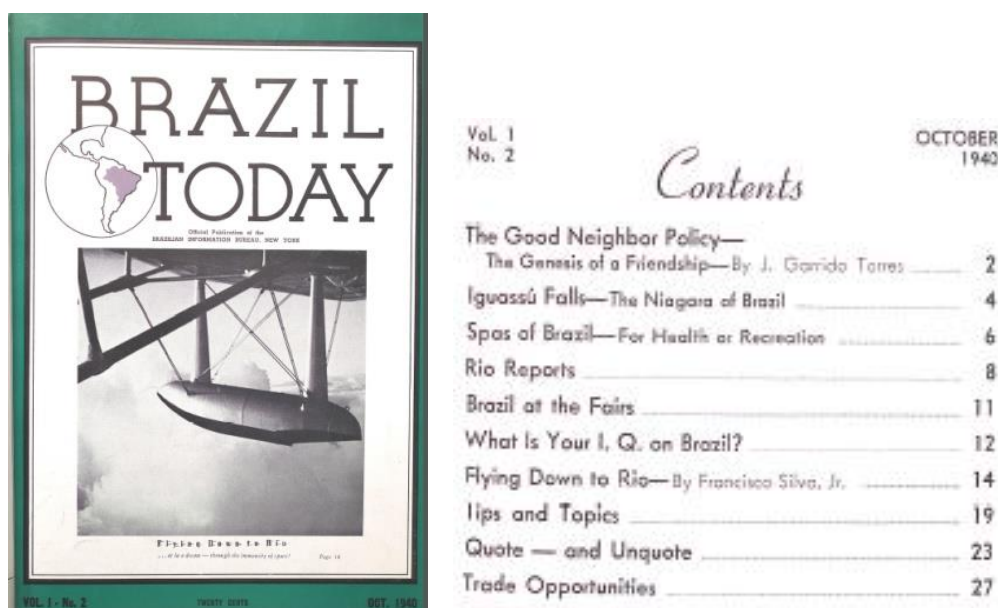
Lins (2015) aponta que

A revista detinha, outrossim, seções fixas: *Outline of Brazil* que mostrava uma radiografia resumida do país com sua história, dimensões, população, língua, estações climáticas, temperatura, transporte, moeda e dados relativos ao comércio exterior com os EUA; *Tips and Topics* (depois substituída por *Brazil Abroad*) faz a promoção do Brasil em território norte-americano, apresenta notícias políticas e econômicas do Brasil nos Estados Unidos, chegadas e partidas de estadunidenses no país e brasileiros nos EUA e lançamento de livros ou obras artísticas sobre o Brasil; *Rio Reports* publica notícias do governo brasileiro de impacto local ou que sejam relevantes ao comércio e turismo; *Quote and Unquote* destinava-se a comentar sobre a repercussão do Brasil nos Estados Unidos, seja por meio de notícias ou editoriais na imprensa estadunidense, seja por discursos e pronunciamentos de intelectuais, artistas e políticos ou ainda cartas de leitores ianques; *Trade opportunities* consistia numa lista de empresas interessadas em exportar produtos brasileiros aos EUA. Nas duas últimas edições da revista apareceram as seções *Today's Personality* e *Writer's Digest*, biografia de

autoridades brasileiras e cartas dos leitores, respectivamente. (LINS,2015, p.60-61)

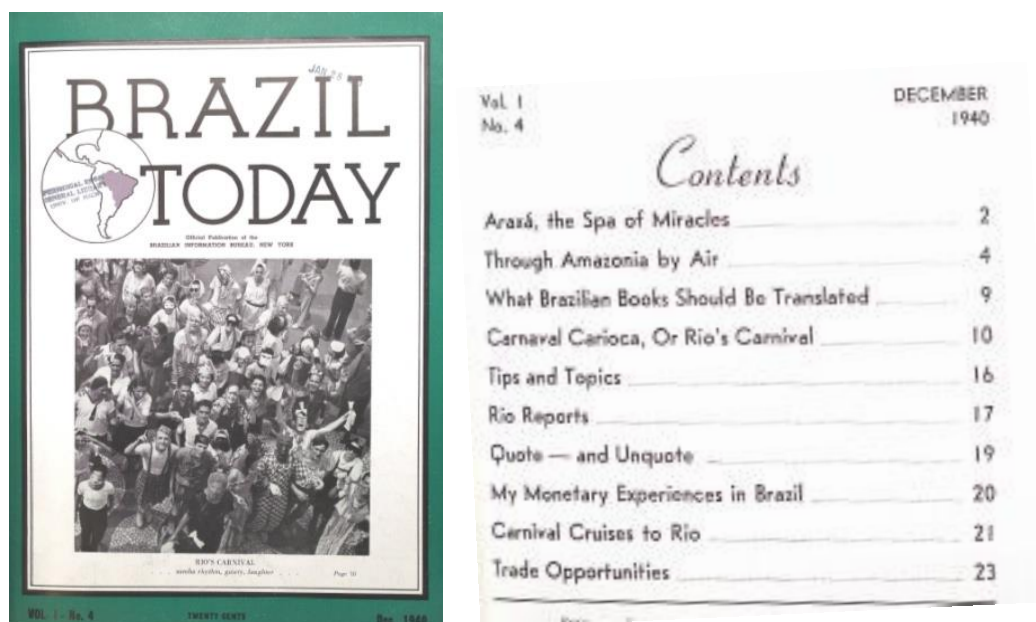
As figuras 38 a 41, a seguir, apresentam capa e sumário de dois números iniciais da revista *Brazil Today*, nos quais se pode observar a distribuição dos temas abordados por este periódico.

Figuras 38 e 39: *Brazil Today*, v.1, nº2, *Flying down to Rio* – capa e sumário



Fonte: University of Michigan Library

Figuras 40 e 41: *Brazil Today*, v.1 nº4, *Rio's Carnival... samba rhythms, gaiety, laughter*



Fonte: Fonte: University of Michigan Library

Estas publicações representam os esforços feitos para que o Brasil fosse conhecido e valorizado economicamente e politicamente. Muitas foram as tentativas até que isso fosse possível. As cartas que norteiam esta tese demonstram que as demandas ao Governo Federal vieram de várias frentes, e os argumentos para convencer, em primeiro lugar, o Embaixador ou o ministro de Relações Exteriores, Oswaldo Aranha, tinham fundamentos econômicos, políticos, comerciais, turísticos, culturais, dentre outros.

A leitura das cartas nos apresenta, como veremos a seguir, os diversos formatos propostos para que o Brasil saísse do patamar da desimportância e passasse a ocupar um lugar que proporcionasse orgulho à população, ao menos àqueles nacionalistas mais apaixonados.

A necessidade de se criar um bureau de propaganda brasileira nos Estados Unidos, ou escritório de atuação equivalente, pode ser constatada nas diversas cartas enviadas a Oswaldo Aranha por Angelo Orazi, gerente do *Touring Club do Brasil*, em 1934 e 1935, e pela correspondência enviada por Francisco Silva Júnior nos anos de 1935, 1936 e 1937.

Antes destas cartas, houve a de J.B. Veríssimo (C.04/33), em 1933, em que já se apresentava o tema propaganda como sendo significativo associado à atividade turística, como elemento propulsor da economia brasileira.

Veríssimo faz uma estimativa de passageiros que passam diariamente pelo Porto de Funchal, na Ilha da Madeira, e propõe a Oswaldo Aranha um conjunto de ações que visariam fazer propaganda do Brasil junto aos turistas que por ali passassem, possibilitando-lhes a oportunidade de conhecer o Brasil, por meio de livros, folhetos, exposição de produtos nacionais, entre outros.

Veríssimo propõe a criação de

Um escriptorio de informações de todos os nossos productos, esportadores, cotações, e os mínimos detalhes. Uma sala de leitura com todas as nossas revistas e livros, que se relacione ao engrandecimento do Brasil, e bem assim jornaes de todos os Estados. [...] Um outro estabelecimento anexo também a exposição para distribuição gratuita aos passageiros em transito, de café e mate, bem assim a venda de café, mate, cação, fumos, etc. [...] Fazer bem feito um livro com a propaganda de todos os Estados e seus productos, para distribuição gratuita aos visitantes e a bordo dos vapores que alli aportam. Nas línguas ingleza, franceza, allemá, italiana e hespanhol. (C.04/33)

E finaliza, justificando que este projeto, “Além de todas as vantagens que nos traz ao Brasil, é a maior propaganda que se pode fazer ao turismo”. Veríssimo, dentro dos arquivos da correspondência política de Oswaldo Aranha, pode parecer uma voz solitária, sem eco dentro do contexto político da Era Vargas. No entanto, com a leitura dos documentos selecionados

para esta tese, percebe-se que a preocupação com a propaganda, o turismo, a cultura, o patrimônio, por exemplo, existia, e os temas eram recorrentes nas cartas recebidas e enviadas pelo embaixador ou ministro das Relações Exteriores durante sua atuação como membro do Governo Vargas.

Angelo Orazi, por sua vez, aborda o assunto com mais firmeza. Em sua carta de 21 de dezembro de 1934 (C.05/34) já faz uma breve introdução do tema que comporia as cartas seguintes: a necessidade de se divulgar as belezas e as riquezas do Brasil no exterior, nesse caso, nos Estados Unidos.

Ao anunciar suas cartas-relatórios, Orazi, que faz nelas propostas para o desenvolvimento turístico do Brasil e a elaboração de uma imagem positiva do País no exterior, revela

[...] não tenho perdido um dia em colher elementos sobre Turismo, industria esta que há desasseis anos me ocupa e tanto interessa. Espero que todas estas observações e elementos permitirão à Diretoria do Touring apresentar às autoridades competentes sugestões definitivas para que, de uma vez, se possa traçar um plano positivo e concreto para a criação e desenvolvimento da Indústria do turismo no Brazil. (C.05/34)

Ao deixar claro o seu comprometimento com o Brasil, Orazi arremata, expondo ao embaixador Aranha a sua expectativa

Conto com a sua valiosa opinião e prestígio para que V.Excia, propriamente indique às autoridades federaes o caminho certo a ser traçado para que o Brazil, que tanto o merece, seja considerado uma Nação que pode atrair, por si mesma, com grandes vantagens de toda a espécie, correntes turísticas do estrangeiro, opinião esta com a qual, infelizmente, nenhuma Agencia de turismo dos Estados Unidos concorda. (C.05/34)

Percebe-se, nas palavras de Orazi, as lacunas existentes quanto à imagem do Brasil no exterior. Um país com belezas naturais, história, artes e cultura para mostrar, mas que era desconhecido e, por tal, desvalorizado pelos operadores de turismo dos Estados Unidos e, conseqüentemente, da Europa. Se não se fazia conhecer, como o Brasil poderia incrementar sua atividade turística, mesmo com o Governo Vargas ensaiando a adoção de medidas semelhantes às tomadas pelos governos totalitários da Alemanha e da Itália? Essa questão era, então, relevante, merecia a atenção dos interessados e envolvidos no assunto.

Em sua convicção de que algo deveria ser feito pelo governo brasileiro, Orazi chega a sugerir a Aranha que “indique às autoridades federaes o caminho certo a ser traçado para o Brazil”, numa demonstração de firmeza quanto ao que proporia, e de confiança em Aranha, o que nos leva a supor a existência de conversas anteriores sobre o assunto.

As dez cartas-relatório, cujo resumo foi enviado a Aranha em 14 de fevereiro de 1935, tratam da condução da atividade turística nos Estados Unidos, dando destaque à propaganda, ações de marketing e uma análise da preferência dos norte-americanos para suas atividades de lazer.

A carta C.06/35a faz uma nova introdução aos relatórios, porém, não se torna repetitiva, senão, revela um aprofundamento, um avanço, com mais um pedido de Orazi a Aranha para que intervenha na situação, em favor de suas propostas, tudo feito com muito cuidado e ponderação.

Ao se referir às cartas-relatório, Orazi escreve: “É com grande prazer que lh’as envio, tendo a certeza que com a autoridade de V. Excia poderá agir junto dos poderes federaes para o inicio desta Industria no Brasil”. Fica claro, neste trecho, a confiança a que nos referimos há pouco, e o interesse e o papel desempenhado por Aranha nestas negociações.

Orazi, em meio a explicações e elogios, e, considerando a influência de Aranha junto a Getúlio, pede que seja facilitado um encontro entre o presidente do Touring Club e Vargas.

Ficaria imensamente satisfeito se V. Excia pudesse provocar que o Snr. Presidente do Touring Club do Brasil fosse chamado por sua Excelencia, Snr. Dr. Getulio Vargas, ao qual ele poderia explicar uma serie de medidas urgentes e outras providencias a serem tomadas no que concerne a Legislação Brasileira para a por em dia em conformidade com as necessidades do momento. (C.06/35a)

É importante lembrar que o Touring Club do Brasil havia sido reconhecido por Getúlio Vargas como Órgão Oficial para o Fomento do Turismo na América do Sul no ano de 1935, ou seja, antes ou depois das cartas de Orazi, não importa, o fato é que a atuação do TCB era expressiva. Vargas, a propósito, era presidente de honra do conselho do TCB. Mais que uma relação que alimentava interesses empresariais, pode-se perceber o componente político dessa relação. Caso fosse diferente, certamente as ações governamentais para atender às demandas em relação ao turismo e à propaganda do Brasil teriam se resolvido com mais celeridade. A demora no acolhimento das propostas ou ideias apresentadas por Orazi indicam que não era tão simples, ao contrário, o assunto era mais complexo, enredado em questões maiores que o fator econômico.

Sua carta-relatório C.06/35b trata da Pan American Union⁸², Orazi ressalta a abertura do Departamento de Viagens da organização, e sua conversa com L. S. Rowe⁸³, então diretor-

⁸² Organização criada para promover a interação e cooperação entre a América Latina e os Estados Unidos. Surgiu em 1890 e, em 1948 deu origem à Organização dos Estados Americanos - OEA

⁸³ Leo Stanton Rowe (1871-1946) – Professor, filósofo americano, secretário do Tesouro dos Estados Unidos, presidente da American Political Science Association, e diretor-geral da Pan American Union

geral da instituição, que na ocasião “Lamentou profundamente não ter propaganda nenhuma até hoje do Brasil, quando possui fartamente de todos os estados da America Central e do Sul, especialmente Perú e Chile”.

Segundo o autor,

Visitei efectivamente este novo departamento de turismo da P.A.U. e constatei a abundante propaganda enviada pelos especializados departamentos dos respectivos estados; havia cartazes lindos do Chile e do peru, de propaganda geral das suas possibilidades turísticas. Costa rica, que agora está sendo muito visitada pelos Americanos estava muito condignamente representada. A Argentina e os lagos do Chile tinham uma literatura de propaganda belíssima; a única Nação que não estava representada neste magnífico conjunto pratico de Turismo era o Brasil. C.06/35b

Orazi descreve o que viu em sua visita, evidenciando o material de propaganda enviado pelos departamentos de turismo de outros países, acentuando que a Pan American Union estava desenvolvendo um trabalho de colaboração com os países da América que tivessem interesse nessa aliança. Assim, Orazi transmite a Aranha o pedido de Rowe: “[...] que os interessados tivessem um contacto muito mais frequente com a P.A.U., visto as finalidades dela serem de fazer a propaganda em todos os sentidos, econômico, turístico, etc., das nações latinas”. (C.06/35b)

Decididamente, Orazi ficou encantado com o que viu – folhetos, cartazes, lista de endereços, catálogos – e com o que ouviu: a proposta de divulgação gratuita para o carnaval brasileiro, com o envio de cinco mil folhetos para o seletor público de turistas norte-americanos. As cartas não nos dão notícias se o acordo foi executado, se houve de fato alguma ajuda de Rowe ao Touring Club do Brasil, porém, as observações de Orazi nos colocam diante de um empresariado que não havia ainda despertado para as vantagens de se divulgar a imagem do Brasil no exterior; e, mais que isso, mostra que as conversas sobre o tema estavam em andamento nos bastidores do Governo Vargas.

No relatório seguinte (C.06/35c), Orazi apresenta a longa conversa que teve com o Embaixador dos Estados Unidos no Brasil, Sr. Hugh Gibson, cujo tema central foi a atividade turística no País, e as recomendações do embaixador americano para seu desenvolvimento. Orazi relata o episódio em detalhes, na tentativa de, sob o manto das recomendações do embaixador norte-americano, obter apoio para as ideias de organização da atividade turística no Brasil, e de uma estrutura de divulgação do País no exterior. Percebe-se certa sujeição às

ideias de Gibson, e a intenção de Orazi em se coadunar às palavras do embaixador, mostrando as ideias de um semelhantes às do outro.

EMBAIXADOR DOS ESTADOS UNIDOS NO BRASIL SNR H. GIBSON E SUAS RECOMENDAÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO TURISTICO DO BRASIL. Durante a minha viagem a Nova York tive a ocasião de trocar idéas interessantes sobre o assunto acima com este diplomata e, mesmo a seu pedido, vou transmitir o que eu achei interessante e que deverá despertar as atenções das autoridades competentes por intermédio do Touring Club do Brasil de que resultarão as consequentes medidas administrativas que o caso requer. (C.06/35c)

Aqui, coloca-se em destaque algumas singularidades: 1) Gibson pede a Orazi que divulgue a conversa que tiveram e as recomendações que fez; 2) Orazi demonstra confiança de que o Touring Club do Brasil será o veículo de implantação das propostas do embaixador Hugh Gibson; 3) Seu relatório, acredita Orazi, levará à implantação das medidas administrativas que o caso requer.

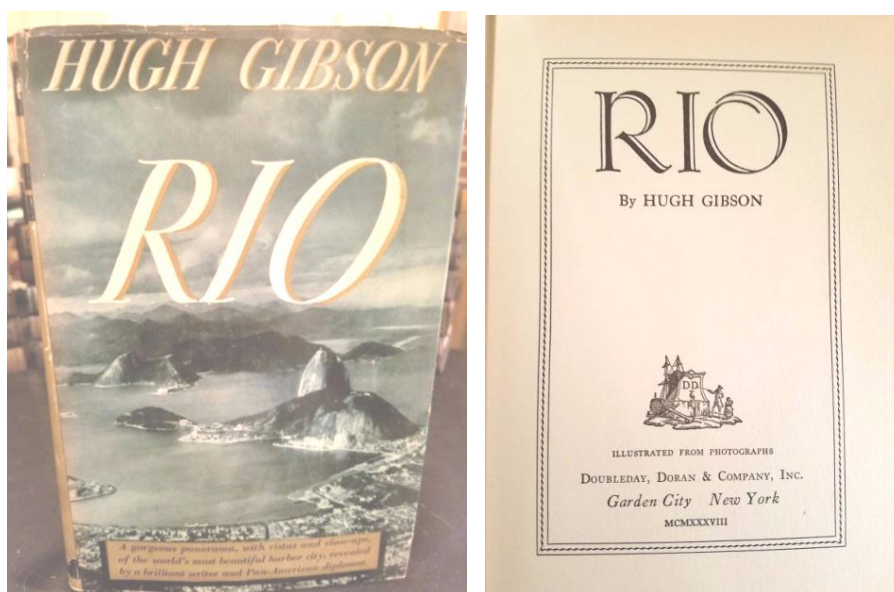
A demonstração de segurança de Orazi suscita algumas questões: 1) O que asseguraria ao TCB qualquer papel de destaque na implantação das recomendações de Gibson?; 2) Por que Orazi demonstrava ter tanta certeza de que tais recomendações seriam acatadas?; 3) Por que as ideias de Gibson foram apresentadas a Oswaldo Aranha como recomendações e não como meras sugestões?

Diante disso, chegamos ao seguinte ponto: considerando que a primeira carta-relatório foi escrita no dia 12 de dezembro de 1934, e nela se falava sobre o pouco interesse do empresariado brasileiro para enviar material para divulgação do Brasil junto à Pan American Union, deixando clara a falta de motivação para isso; considerando que a segunda carta-relatório, escrita apenas cinco dias depois, apresentava uma postura mais firme e convicta quanto à implantação das recomendações apresentadas, só podemos presumir a existência de fatores políticos a dar suporte a esta tarefa.

Sabe-se que Hugh Gibson, embaixador americano no Brasil durante o período de 1933 a 1937 demonstrava certo interesse pelo País, o que pode ser comprovado pela a publicação do livro “Rio” (Figuras 42 e 43), em que apresentava o Rio de Janeiro, capital da República e seus encantos aos seus leitores estrangeiros. O livro, publicado em inglês, serviria para suprir a ausência de informações acerca da cidade e seus atrativos, na verdade, um excelente meio de propaganda. A capa já anunciava o que o leitor encontraria ao folhear a publicação; um texto autoelogioso fazia as devidas apresentações: “*A gorgeous panorama, with vistas and close-ups, of the world most beautiful harbor city, revealed by a brilliant writer and Pan American*

diplomat”⁸⁴. Não se sabe se esta publicação foi fruto de alguma negociação política com o Governo de Getúlio Vargas, ou se atendeu prioritariamente a interesses próprios do autor, no entanto, o fato de haver se concretizado mostra o quanto a questão turismo-propaganda era algo relevante naquele período, a ponto de o embaixador norte-americano decidir publicar um livro sobre as belezas do Rio de Janeiro, cidade turística, já com hotéis de alto nível e atividades de lazer bem estruturadas para a época, como os cassinos, por exemplo.

Figuras 42 e 43: Livro Rio, publicado pelo diplomata americano Hugh Gibson



Fonte: eBay. Disponível em: <<https://www.ebay.com/p/Rio-by-Hugh-Gibson-1937-Hardback/173199320>>. Acesso em: 2 mai 2018

Assim como a publicação de Gibson, outras publicações atenderam ao desejo de Vargas para divulgar as belezas do Brasil, seja por gentileza, seja por encomenda. O livro “*Um turista en el Brasil*” (Figura 44), de Jose Casais⁸⁵, publicado em 1940, apresenta um Brasil cheio de belezas e curiosidades. A obra, toda escrita em espanhol, indica o público a que estaria destinado: espanhóis e hispano-americanos.

Segundo Quintella (2008, p.189),

Un turista en el Brasil possui uma função publicitária em relação ao Brasil como destino turístico e assim deve-o ter entendido o Departamento Nacional de Propaganda do Rio de Janeiro, o qual presumivelmente assessorou Casais antes de empreender a sua travessia, pois ele agradece a

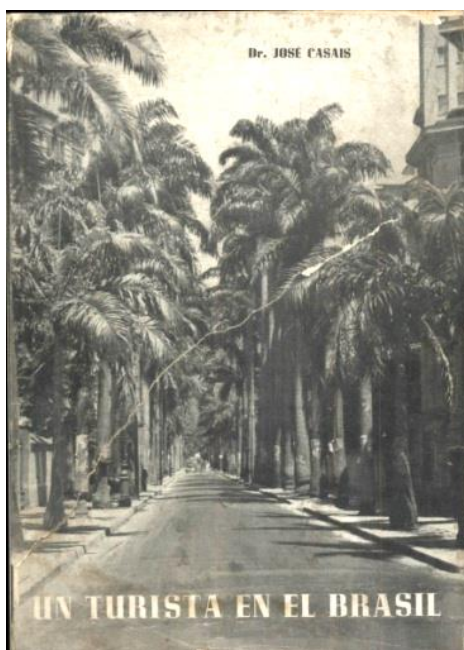
⁸⁴ Um panorama deslumbrante, com vistas e close-ups, da cidade portuária mais bonita do mundo, revelada por um escritor brilhante e um diplomata pan-americano

⁸⁵ José Casais Santaló, (1894-1971) - Jurista, economista e diplomata espanhol.

“generosidade” que esse órgão, por ele qualificado como “modelar organismo del Estado”, tivera com ele.

Ainda de acordo com Quintella (2008, p.189), José Casais ressaltou que “[...] fizera turismo no Brasil, sobretudo nos sertões do Brasil, na procura da autenticidade brasílica – da brasilidade –, comportando-se como turista e compondo uma narrativa do ponto de vista de um turista”. Ao que parece, a busca pela essência da identidade brasileira despertara a atenção não apenas de intelectuais e políticos brasileiros, mas de pessoas vindas de outros países também.

Figura 44: *Un Turista en el Brasil*



Fonte: Livraria Traça. Disponível em: <<https://www.traca.com.br/livro/788067/un-turista-en-el-brasil>>. Acesso em: 02 mai 2018

Voltando à análise das cartas, observa-se que o fragmento da missiva C.06/35d pouco revela em palavras, mas anuncia uma análise das “Considerações de carácter geral sobre o turismo nos Estados Unidos no que se refere ao Brasil e vice-versa”. A análise propriamente dita não figura na correspondência enviada a Oswaldo Aranha. Sabe-se apenas de sua existência e da convicção de Orazi de que “[...] poderão, de uma vez para sempre, esclarecer no Brasil as autoridades e os organismos interessados sobre a verdadeira situação e sobre as possibilidades únicas existentes que se oferecem para o inter-cambio turístico de ambos os países”.

A carta seguinte (C.06/35e) apresenta um levantamento das agências e agentes de turismo nos Estados Unidos: 864 agências e 1.800 agentes independentes, que trabalham por comissão e

cujos serviços não têm qualidade assegurada. A partir disso, Orazi alude à falta de conhecimento dos norte-americanos sobre o Brasil.

A priori devo afirmar que nenhuma agencia e nenhum agente de Turismo conhece bem o Brasil e as suas possibilidades turísticas. Pelo contrario manifestam uma má vontade sobre o Brasil sem a justificar e isso sobretudo devido, penso eu, a falta de propaganda existente nos Estados Unidos no que diz respeito ao Brasil. (C.06/35e)

Orazi versa sobre a prática de se considerar a América do Sul como um atrativo turístico em bloco, e não seus países individualmente. Desta forma, a identidade e as possibilidades de negócios de cada país ficavam prejudicadas em detrimento do Continente. A justificativa era que não se considerava a existência de atrativos em número e em qualidade suficientes para se desmembrar o pacote e explorar cada país sul-americano.

Com um tom persuasivo, Orazi afirma que: “Para despertar um novo interesse e modificar este estado de coisas só o Governo Federal com uma propaganda acertada, intensa e constante o poderá fazer”. (C.06/35e)

O autor mostra estar ciente de que este seria o início de uma longa jornada de trabalho, pois que haveria ainda de criar uma estrutura para divulgação do Brasil nos Estados Unidos, e, posteriormente, conquistar a simpatia e o interesse do público norte-americano para, então colher os frutos dessas ações. Ainda assim, demonstra consciência dos resultados possíveis a serem alcançados, trazendo efetivamente, benefícios para o Brasil.

Afirma que o fluxo turístico direcionado aos países da América do Sul é diminuto, porém, é a partir da propaganda que se despertará a atenção para o Brasil, trazendo mais turistas, destacando que: “[...] a nossa finalidade está em visar o Turismo como industria canalizador de ouro para o Brasil” (C.06/35e). Obviamente, ao mencionar ouro, Orazi se referia a dinheiro, vantagens, projeção no mercado externo, respeitabilidade, enfim, o que poderia ser considerado ouro naquela época.

As informações enviadas a Aranha traçam um panorama de um país com pouca ou nenhuma importância junto aos norte-americanos, o que significaria não apenas um fluxo turístico ínfimo, mas uma imagem enfraquecida e irrelevante do Brasil no exterior, com reflexos diretos nas questões políticas e econômicas do país.

Dando continuidade às suas cartas, Orazi escreve agora sobre as companhias de navegação norte-americanas, a Munson Line e a Prince Line, tecendo intermináveis reclamações sobre a forma de tratamento dispensada aos brasileiros pelos funcionários daquelas empresas. Dentre

suas queixas estão a de que não há funcionários que falem português, e que os que lá estão não sabem nada sobre o Brasil. Argumenta com Aranha que esta situação prejudica o Brasil na medida em que constrange não só os turistas brasileiros, mas os empresários e industriais que precisam se deslocar por estas companhias.

Em meio aos comentários sobre a navegação, Orazi cita também os investimentos feitos pela *Wagons Lits Cook* em propaganda sobre o Carnaval carioca, atribuindo essa ação

“[...] devido à pretensão que tem junto da Central do Brasil, tem feito o que comercialmente nunca faz: gastou em propaganda do Carnaval do Rio de Janeiro [...]. Continua a sua propaganda pelo Radio que é caríssima e até tem feito anuncios especiaes nos jornaes com o grande titulo Mardi Gras no Rio de Janeiro [...]. (C.06/35e).

Em outro trecho, Orazi traz mais um personagem à cena: W.T. Moran, do Banco National City de Nova York, “que segue com grande interesse as actividades turísticas do Touring Club do Brasil”. Este senhor é apresentado a Aranha, na carta, como “*Assistant Vice-President* daquele banco, sócio honorário nº7 do TCB”, ou seja, um dos primeiros, e, pelo cargo que ocupa, de grande importância. Não se sabe se a intenção de Orazi era pressionar Aranha, demonstrando estar bem resguardado pelo apoio de grandes nomes do governo norte-americano – lembrando que já havia citado o embaixador Hugh Gibson -, ou apenas para demonstrar que suas ideias eram interessantes também para os Estados Unidos, e isso traria benefícios ao governo brasileiro.

As demais cartas-relatórios versam, sempre sobre a ausência de propaganda sobre o Brasil nos Estados Unidos e os prejuízos que isso acarreta à imagem do País. Orazi avança apresentando detalhes das ações de marketing de diversos países, sempre no intuito de convencer o governo de que é fundamental o investimento em propaganda. Uma das cartas-relatório (C.06/35g) nos apresenta com maior clareza qual seria um dos objetivos do Sr. Angelo Orazi: abrir um escritório do Touring Club do Brasil nos Estados Unidos.

É importante lembrar que já havia um trabalho constante do TCB para trazer turistas para o Brasil e divulgar o país no exterior, medidas que vinham sendo tomadas, com pouco ou às vezes nenhum apoio direto do Governo Federal. O apoio dos empresários envolvidos diretamente no setor turístico, devido ao seu número reduzido, certamente não seria suficiente para impulsionar o crescimento da atividade a ponto de torná-la consideravelmente rentável e colocar o Brasil em destaque como atrativo turístico e cultural.

As afirmações de Orazi repercutiam uma demanda não apenas do Touring Club do Brasil, mas também de outras pessoas e grupos que vislumbravam os desdobramentos da nova

imagem do Brasil como propulsores de negócios e conquista de espaço político, dentro e fora do País.

Estas questões foram tema de várias outras cartas enviadas a Aranha, agora por Francisco Silva Júnior, brasileiro radicado nos Estados Unidos, profissional da área de entretenimento, com larga atuação na indústria cinematográfica como tradutor. Por viver no país desde sua adolescência, Silva Júnior demonstra conhecer bem os hábitos dos norte-americanos, seu jeito de pensar e de fazer negócios. Essa familiaridade lhe possibilitou observar o que havia de errado ou inconsistente na comunicação brasileira com os Estados Unidos, e apresentar propostas ao Embaixador para a solução desse problema.

A primeira carta (C.08/36) deixa clara a relação próxima de Silva Júnior e Aranha ou, ao menos, existência de conversas anteriores acerca da propaganda e do turismo do Brasil nos Estados Unidos. O autor se refere a um “rascunho da proposta” que deseja apresentar a Getúlio Vargas, e que pede gentilmente a Aranha que analise e faça as correções e sugestões que achar necessárias. Aborda-se, inclusive o valor da verba necessária para a publicação de anúncios de propaganda a serem veiculados nos Estados Unidos.

Na carta seguinte (C.09/36a), enviada em 1937, o Sr. Francisco Silva Júnior apresenta, em meio a tantos outros argumentos, os motivos pelos quais o Brasil, ao se recusar a abrir um escritório de propaganda nos Estados Unidos, só tem a perder, economicamente e politicamente. A riqueza de informações contidas nesta carta é de surpreender. Silva Júnior anexa à proposta enviada para avaliação de Aranha

[...] photographias de algumas agencias de outros paizes aqui estabelecidas e os annuncios e folhetos com que demonstro a campanha de propaganda de outras nações, deixando bem nítida a necessidade do Brasil cuidar de um programa semelhante – e de iniciar a sua divulgação aqui, no paiz dos dollares. (C.09/36a)

Silva Júnior, antes de conversar com Aranha, já havia proposto à diretoria do Touring Club do Brasil a abertura de uma representação em Nova York. A pedido do presidente da instituição enviou um memorial com todas as informações a respeito do assunto e do mercado norte-americano. Com o avançar da comunicação, atendeu ao pedido do Sr. Eduardo Guinle, enviando-lhe o orçamento para a abertura de uma agência do TCB nos Estados Unidos.

Curiosamente, este tema já havia aparecido nas correspondências de Orazi a Aranha, porém, sem qualquer referência às propostas de Silva Júnior, à análise de mercado feita por ele, nem tampouco aos pedidos de orçamento feitos por Guinle. O autor relata que, após o envio das estimativas de custo para três tipos de estabelecimentos diferentes, com maior ou menor grau

de requinte, o TCB alegou falta de verbas. Assim, o projeto de Silva Júnior foi suspenso temporariamente.

Entre a negociação com o TCB e a aproximação com Aranha houve ainda a abertura do *Brazilian Information Office*, que deu a Silva Júnior a ideia de que não haveria espaço para sua proposta, uma vez que este escritório, em tese, deveria suprir as demandas apresentadas por ele. Após alguns meses, foi possível perceber que estava enganado, ainda havia a necessidade de uma agência especializada em propaganda para aquele público específico.

Silva Júnior revela que seu objetivo é “vender o Brasil ao turista norte-americano” sem, no entanto, restringir a propaganda aos apelos das “coisas nossas”, como ele se refere a Carmem Miranda, Carnaval do Rio de Janeiro, e das “macumbas dos nossos morros sórdidos”.

Empolgado, Silva Júnior descreve um Brasil com uma diversidade de atrativos que vai muito além do que se costuma apresentar aos turistas, na esperança de despertar sua atenção.

[...] já é tempo de se corrigir essa crença muito brasileira de que o nosso paiz só tem a mostrar ao mundo os encantos da Guanabara e os ranchos carnavalescos. São tantas as atrações do Brasil moderno, do Brasil culto, do Brasil industrial, do Brasil agrícola, que essa insistência em revelar ao mundo unicamente a mulata sambista e os taes “aspectos typicos” já se torna revoltante. (C.09/36a)

O autor apresenta a Aranha um olhar diferenciado acerca da propaganda sobre o Brasil. Sua abordagem é mais ampla, abrangendo não apenas o turismo tradicional, com a divulgação dos já conhecidos atrativos turísticos da capital federal, mas aponta para um caminho mais promissor: a divulgação dos diversos Brasis – o da agricultura, o da indústria, o da história, o das belezas naturais, o da cultura, dentre tantos outros. Ele vislumbra a propaganda sobre o Brasil, e não sobre o Rio de Janeiro. Só assim, acredita, será possível impulsionar o desenvolvimento da economia brasileira, com a perspectiva de realização de negócios com um número bem maior de empresários americanos, e não apenas com os detentores das grandes fortunas de lá.

Em suas observações, ao citar casos de empresas que não abriam escritórios no Brasil por achar que a população não tinha dinheiro para comprar seus produtos, sugere que se faça uma campanha para mostrar o Brasil para o mundo.

Exemplos como estes tornam frisante a necessidade de uma campanha educativa neste paiz, senão no mundo inteiro, para que nos tornemos conhecidos das massas – do pequeno industrial, da dactylographa, do distribuidor, etc. E essa campanha não deve ter inicio com cartazes carnavalescos. Divulguemos o idioma que falamos, a população que temos, os meios de comunicação que possuímos, o vulto das nossas cidades, o grau

de civilização que já atingimos – e as possibilidades que oferecemos.
(C.09/36a)

Diferentemente das alegações apresentadas nas outras cartas analisadas até agora, Silva Júnior expõe argumentos mais consistentes, entrelaçando turismo, cultura e negócios à propaganda que ele tanto deseja fazer.

O conhecimento que ele demonstra ter, tanto do Brasil quanto dos Estados Unidos, permite que sua proposição seja rica e bem fundamentada, sempre com o objetivo de elevar o Brasil a um patamar em que ele possa ser visto e admirado pelos norte-americanos. Após discorrer sobre as ações de propaganda feitas pelos Estados Unidos e por outros países, por meio de seus escritórios ali instalados, Silva Júnior traça um perfil do consumidor norte-americano – seus desejos, seus hábitos e suas preferências –, e aponta os prejuízos a que o Brasil se submete por não dar a devida importância à questão da propaganda. São casos os mais diversos, desde ser o brasileiro confundido com cubanos, argentinos, chilenos, entre outros, à publicação de notícias distorcidas sobre o Brasil e seu governante, por pura ignorância.

Sob o título de *Publicidade Favorável*, Silva Júnior pondera que, independente do que deseja executar quanto à propaganda turística do Brasil, “[...]espero despertar o interesse das nossas autoridades (e principalmente do próprio Sr. Presidente Getúlio Vargas) para o desenvolvimento de um serviço de publicidade das nossas instituições e dos nossos homens”.
(C.09/36a)

A carta enviada a Vargas em 25 de agosto de 1936 (C.09/36b), cuja cópia chegou juntamente com a carta C.09/36a às mãos de Oswaldo Aranha, surpreende pela maturidade das observações acerca da imagem do Brasil nos Estados Unidos. Já no início, Silva Júnior apresenta com bastante clareza a situação atual do Brasil naquele país.

[...] de todos os países da América Latina, o Brasil é o menos conhecido. Com efeito, afora as raras exceções, os americanos ignoram a situação geográfica da nossa terra, desconhecem o nosso grau de civilização e não sabem que idioma falamos. Esta ignorância total do que somos e do que temos, levou-me, como bom brasileiro, a estudar seriamente os meios que o Brasil deveria adoptar para tornar-se conhecido das massas populares americanas. (C.09/36b)

É importante ressaltar que Silva Júnior aponta com bastante firmeza o público que deseja atingir: não se trata dos grandes nomes ou das grandes fortunas norte-americanas, mas das massas, da população em geral, dos que têm recursos financeiros para despender em viagens e também para fazer negócios no Brasil.

Em seguida, esmera-se em descrever os Estados Unidos como país de turistas, tanto dos que chegam, mas, principalmente, dos norte-americanos que desejam e se programam durante o ano inteiro para realizar suas viagens nas férias. Fala do americano de classe média, que paga suas viagens a prestação, mas também dos mais ricos, deixando claro que todos eles são turistas em potencial para o Brasil, basta que tenham as informações certas.

[...] além dos turistas e recursos limitados, há os americanos abastados, que viajam por prazer e a negócios, sem commedir despesas, e que, por excesso de recursos, já se sentem saturados das atracções da sua própria terra e do turismo rotineiro da velha Europa. Esta classe de turistas é em número mais reduzido; mas são incalculáveis os benefícios econômicos que podem trazer a paizes novos e de boas oportunidades, como é o nosso. (C.09/36b)

Silva Júnior demonstra conhecimento das ações de propaganda adotadas por outros países, com seus escritórios de representação instalados nos Estados Unidos. E assim, vai apresentando e comentando o que fazem os bureaux do Canadá, Chile, Finlândia, da França, Inglaterra, Alemanha, Itália, dentre outros, chegando a apresentar valores gastos por alguns, seja em propaganda, seja na construção de estações balneárias para receber seus visitantes. E, a despeito do sucesso obtido por estes países em apresentar seus atrativos turísticos e conquistar a atenção do público norte-americano, “Todos os países europeus já avaliaram a grande necessidade de uma fonte de informações e propaganda numa cidade como Nova York – CIDADE QUE É, POR SI, UMA EXPOSIÇÃO PERMANENTE E MÉCA DO PAIZ DE TURISTAS” (C.09/36b). Os grifos do autor já demonstram a que informações desejava dar ênfase.

O autor prossegue habilmente, mostrando a Vargas, como a propaganda pode fazer diferença na construção da imagem de um país no exterior, e o quanto isso pode ser revertido em benefícios diversos. Cita o caso de Cuba, cuja “propaganda inteligente” tornou o país bastante conhecido dos americanos, e fez dele um destino certo durante o inverno dos Estados Unidos.

No que se refere ao Brasil, Silva Júnior assevera:

No que diz respeito ao Brasil, não há nos Estados Unidos o turismo organizado, baseado em propaganda systematica – em propaganda que tire proveito da psychologia americana, apresentando a este povo unicamente o que nos convem apresentar cá fora. (C.09/36b).

Passo a passo, Silva Júnior vai pintando um quadro sobre a situação do Brasil nos Estados Unidos, que certamente iria incomodar e provocar uma tomada de atitude de Getúlio Vargas.

Cada palavra parece ter sido escolhida com muita atenção, para que não se perdesse em meio às muitas informações contidas na carta enviada ao presidente da República.

Não bastasse a riqueza de detalhes e dados de todos os tipos, sobre turismo e propaganda nos Estados Unidos, para os Estados Unidos, com os Estados Unidos, o autor ainda avança, atingindo o orgulho nacionalista de Vargas, ao apresentar um país desconhecido pelos americanos.

“O Brasil é o Grande Desconhecido”, disse o Sr. Dr. Souza Costa ao regressar da Europa, anno passado [...] E, realmente, o nosso paiz continua a ser, no estrangeiro, uma vaga expressão geographica. Nos Estados Unidos, até mesmo pessoas de alguma instrução confundem o Brasil com a Argentina, imaginam que o Rio de Janeiro seja subúrbio de Buenos Aires, mandam-nos livros e catálogos em hespanhol, e confessam-se surprehendidas quando photographias e algarismos as convencem do que temos e do que somos. (C.09/36b)

Silva Júnior não economiza palavras, com exemplos após exemplos sobre o que falta ao Brasil para ser reconhecido como um país interessante e atrativo sob diversos aspectos. Apresenta um diagnóstico baseado em fatos, números, relatos, do que os outros países fazem e o Brasil não. Depois disso, o autor passa a apresentar os atrativos do Brasil, além dos já conhecidos. Ressalta a beleza e a importância do Rio de Janeiro, Minas Gerais, São Paulo, sua história, monumentos, a agricultura, os transportes eficientes e modernos, entre outros.

Ao final de sua carta, Silva Júnior apresenta a Vargas seus objetivos, de forma organizada, e os custos desse projeto. Ele não deixa nenhuma lacuna, nenhum motivo para dúvidas ou questionamentos por parte do Governo, a proposta é completa: custos, descritivo de ações, estrutura necessária, endereço ideal, detalhamento da aplicação da verba a ser cedida pelo governo, e a forma de trabalho que pretende desenvolver. Seus ganhos também estão minuciosamente apresentados, numa tentativa de se resguardar de possíveis desconfianças de Vargas ou de membros do governo quanto à sua honestidade e comprometimento com o País. Uma das informações marcantes trazidas por este brasileiro naturalizado americano foi a lista de endereços de cada escritório de representação e suas filiais de diversos países, instalados em Nova York, à qual se referia como a Meca do turismo.

A eloquência de Silva Júnior e os pormenores apresentados em sua longa carta a Vargas, certamente surtiram algum efeito. Sabe-se por meio de Aranha – conforme veremos mais adiante – que Vargas enviou a proposta de Silva Júnior para ser analisada por um de seus assessores. Caso não tivesse se impressionado ou interessado, não teríamos mais notícias

dessa correspondência. As intenções de Silva Júnior ao enviar a carta estavam começando a dar algum resultado.

Por estar ciente de como são os trâmites burocráticos no Brasil, e da demora já prevista para a aceitação ou não de sua proposta pelo governo, Silva Júnior decide dar o primeiro passo e abre, por conta própria, o *Brazilian Information Bureau*, uma agência autorizada da *Panair, Munson e Prince Line*. Assim informa a Oswaldo Aranha em 21 de novembro de 1936 (C.09/36c).

O apoio de Oswaldo Aranha à iniciativa e aos projetos de Silva Júnior, já revelado nas cartas anteriores, agora se confirma e se mostra mais que uma simples anuência. Aranha aprova e passa a interceder junto a pessoas-chave do Governo e do empresariado para que as demandas de Silva Júnior sejam atendidas.

Na carta que enviou a Getúlio em 21 de maio de 1937 (C.1037a) Aranha refere-se ao projeto de Silva Júnior, do qual foi portador para entregar pessoalmente ao presidente da República: “Quando aí estive entreguei-te um trabalho de um patrício nosso, Francisco Silva Júnior, sobre a necessidade de organizarmos um Bureau de Turismo. Mandaste seu trabalho à repartição competente para estudo e informação”.

Seu interesse pelo assunto é indubitável, tanto que, não apenas levou o projeto para entregá-lo em mãos, mas escreveu a Getúlio para rememorar o fato e atualizá-lo quanto ao andamento do *Brazilian Tourist Bureau* criado por Silva Júnior, sem qualquer apoio ou subsídio do governo ou de empresários. Ao apresentar minuciosamente os valores investidos na instalação do Bureau, Aranha afirma que o valor daquela iniciativa estava além do visível: “O que produziu vale muito mais do que tudo isso, quer pela correspondência, quer pelos anúncios, quer pelas demonstrações”.

A iniciativa impressionou Aranha, que tece elogios a Silva Júnior e detalha o zelo e a seriedade de suas ações em relação à construção da boa imagem do Brasil nos Estados Unidos, e à organização do turismo para o Brasil e do Brasil naquele país.

A grandeza dos benefícios a serem gerados em prol do Brasil a partir da atividade turística e da propaganda – muito além dos econômicos -, era compreendida por Aranha. Sua percepção o aproximava da proposta de Silva Júnior e, como de costume, o levava a enxergar mais longe: “O turismo é uma especialidade que não pode nem deve ser confundida com as demais atividades comerciais”. (C.10/37a)

A carta, que enfatiza os esforços de Silva Júnior, serve para levar a Vargas os objetivos de Aranha junto aos Estados Unidos: “Não é possível prescindir deste Bureau e de uma organização aqui que promova o turismo e ampare, esclareça, informe e encaminhe os viajantes americanos”. Assim, demonstrando apoio e interesse pelas ações de Silva Júnior, Aranha pede claramente a Vargas que mande “ampará-lo e ajudá-lo, quer pagando sua instalação, quer mandando uma mensalidade para ser mantido serviço tão útil”. (C.10/37a)

A situação do *Brazilian Tourist Bureau*⁸⁶, ainda em dificuldades para se manter em funcionamento, levou Silva Júnior a escrever ao ministro da Fazenda, Sr. Arthur de Souza Costa no dia 23 de julho de 1937 (C.10/37b). O objetivo da carta era relatar as atividades desenvolvidas pelo *Bureau*, seus custos, os ganhos, as dificuldades enfrentadas, seus propósitos e, por fim, solicitar a intervenção do ministro para que pudesse receber “[...] a colaboração geral das repartições públicas, do commercio hoteleiro, das estradas de ferro, das companhias de navegação e das prefeituras que mais lucrarão com o influxo de turistas americanos” (C.10/37b). Esta carta foi escrita a pedido do próprio ministro, tendo anexo o memorial enviado por Silva Júnior a Getúlio Vargas. Sabe-se que o *Bureau* recebeu a visita de Souza Costa, durante a qual foi feita uma explanação detalhada do seu funcionamento. Toda essa movimentação de correspondências, visitas, relatórios, cópias de cartas e projetos, evidencia que o Governo Vargas já havia pousado seu olhar sobre a questão turismo-propaganda, e sobre o *Bureau* de Francisco Silva Júnior. É inegável que algo havia despertado os interesses governamentais, mesmo que, assim como era prática no Governo Vargas, o apoio não se tivesse definido de imediato.

Deixando clara a sua simpatia pelo projeto iniciado independentemente pelo Sr. Francisco Silva Júnior, Oswaldo Aranha ainda envia, em 25 de agosto de 1937, um telegrama (C.10/37c) ao então ministro da Fazenda, Sr. Arthur de Souza Costa, lembrando o caso do *Bureau*, e pedindo urgência. Neste telegrama, Aranha faz referência a seu irmão Luís Aranha, conhecido por Lulu. Esta comunicação nos dá uma demonstração do envolvimento de Aranha, conseqüentemente, do Governo com o projeto implantado por Silva Júnior. O *Brazilian Information Bureau*, ou *Brazilian Tourist Bureau*, como é chamado por Aranha, tem sua relevância atestada nesta troca de cartas e pedidos de favores entre Aranha e os outros personagens aqui citados. De outro modo, o que justificaria a existência dessa

⁸⁶ Não foram encontradas referências ao *Brazilian Tourist Bureau*, além das citações nas cartas aqui apresentadas. Acredita-se que, como era a ideia original, ele tenha funcionado como uma divisão do *Brazilian Information Bureau* e, diante das dificuldades de manutenção tenha sido incorporada pelo *Information*, passando a funcionar como uma só estrutura.

correspondência, e a interferência notória de Aranha, pedindo apoio e colaborações para que o *Bureau* finalmente lograsse êxito?

Aranha interfere ainda mais uma vez: em sua correspondência foi localizado um bilhete em papel timbrado do Hotel Astor, datado de três de setembro de 1937, em resposta a algum pedido seu sobre o *Brazilian Tourist Bureau*. O autor, cuja assinatura está ilegível, assegura a Aranha que: “[...] de acordo com os seus desejos tive uma longa conversa com o meu velho amigo, Silva Júnior, com quem combinei todas as providências a serem tomadas no Rio quanto ao *Brazilian Tourist Bureau*” (C.10/37d).

E, por fim, pela carta enviada por Aranha a Getúlio Vargas, em 31 de agosto de 1937 (C.12/37), reconhecendo, com atraso, a importância da formação de uma imagem positiva do Brasil, não apenas junto ao governo norte-americano, mas também junto à população daquele país. Aranha apela ao bom senso de Vargas, apresentando argumentos irrefutáveis: “Tudo indica que precisamos promover neste país uma ofensiva no sentido de conquistar a sua opinião, porque é inútil, ou quase ineficaz unicamente a conquista do seu governo”. E complementa, citando países europeus e a atuação de cada um no uso da propaganda como ferramenta, não apenas comercial, mas também política.

[...] Inglaterra, França, Alemanha, Itália e o Japão possuem tal serviço de propaganda montado, bem orientado e provido de recursos especiais.

Qualquer cidadão americano jamais poderá separar a ideia do êxito de uma campanha (seja ela comercial, industrial, social ou política) da ideia afirmada da propaganda. Uma e outra completam-se e tendem a um fim idêntico: impor um produto ou uma ideia à opinião pública. A expressão corrente é: to sell a product or to sell the idea. (C.12/37), (CPDOC)⁸⁷

O episódio dos *destroyers*, ao qual já nos referimos aqui, foi o incidente que provocou o envio desta carta de Aranha a Vargas, sob o pretexto de escrever sobre os ensinamentos que deveriam tirar daquele conflito. Ao discorrer sobre a situação, Aranha conclui que os países que se opuseram à cessão dos *destroyers* norte-americanos ao Brasil, inicialmente Argentina e Inglaterra, obtiveram resultado, angariando o apoio de outros países, em decorrência do uso da imprensa. Ao propagarem suas ideias conjuntamente, provocaram um movimento contra o projeto presidencial de Roosevelt.

Após as leituras das cartas e com a percepção da teia política que existiu na época, pode-se observar que tal protejo integrava um objetivo maior que era o de maximizar a influência norte-americana no Brasil e, conseqüentemente, enfraquecer a ação dos alemães no País. Para

⁸⁷ Carta enviada a Getúlio Vargas em 31 de agosto de 1937, integrante da correspondência de Getúlio Vargas, sob o código GVC 1937.08.31/2, arquivada do CPDOC/FGV.

alcançar este intento, os Estados Unidos atuaram em várias frentes, conquistando pouco a pouco o espaço de amigo, aliado, modelo a ser seguido, sonho a ser alcançado, dentre tantos outros, na sociedade brasileira.

Na carta a Vargas, Aranha analisa as dificuldades que enfrentaram por causa da Argentina, e discorre sobre o que vem fazendo para alçar o Brasil a um patamar de confiabilidade junto, principalmente, aos Estados Unidos. Este resultado será alcançado apenas à custa de ações persistentes e continuadas, contra as quais há ainda muitos obstáculos a serem transpostos. Dentre eles, destaca:

[...]a ausencia de propaganda e de acção nossas para ganhar a sympathia da opinião pública daquele paiz. A acção diplomática não basta. A financeira é ingleza, a commercial tem sido alemã, a militar franceza, a naval hesitante, ainda que com tendências americanas, e a propaganda nulla ou contraproducente, como nos casos das exposições, do café, das agencias telegraphicas, da entrada de estrangeiros, etc, etc. (C.12/37)

Aranha reforça seu relato, afirmando que “[...]a opinião americana, que governa essas elites e essas classes, é e será sempre guiada pelas ideias que melhor e mais effectivamente forem propagadas no paiz” (C.12/37).

A questão naquele momento era a rivalidade existente entre Brasil e Argentina, e a competição pelo posto de líder continental junto aos norte-americanos e aos sul-americanos. Tanto que Aranha atribui a vitória dessa luta a quem melhor souber “vender sua causa à opinião americana”.

A análise de Aranha o leva a afirmar que o Brasil, caso não se disponha a conquistar a opinião pública norte-americana, poderá contar com espaço e condições comerciais que lhe favoreçam, no entanto, jamais obterá o apoio daquele povo em casos mais graves, arriscando o destino político do Governo Vargas. Era preciso granjear a simpatia dos norte-americanos para obter o apoio de seu governo para enfrentar problemas possíveis como a “cobiça internacional e ambições sul americanas”.

Após um longo relato acerca da estrutura e dos recursos empregados pelo Governo Argentino em propaganda nos Estados Unidos, Aranha afirma a Vargas que a solução para este avanço argentino seria o movimento semelhante feito pelo Brasil, definido por ele em duas ações: orientação continuada e recursos permanentes. Assim, sugere uma nova postura da embaixada brasileira, com verba específica para isso, para a construção de uma imagem mais forte e positiva do Brasil nos Estados Unidos.

Suas sugestões vão, desde uma verba permanente e fixa, a relações mais próximas com as grandes revistas locais que, por não terem o Brasil como anunciante se empenhavam em denegrir a imagem do país com a publicação de matérias jornalísticas tendenciosas sobre o país e seu governante. Sugere uma aproximação com os jornais; a doação de livros e mapas modernos e de boa qualidade às universidades; a contratação de uma equipe de propaganda similar às da agência que atende ao governo argentino; a contratação, em segredo, de um agente de notícias entre os colunistas americanos; e uma ação coordenada de propaganda comercial e do país.

Os argumentos de Aranha deixam cada vez mais evidente o reconhecimento da importância da propaganda como poderosa ferramenta política, de sua preocupação em utilizá-la a favor do Brasil. Chega ao ponto de afirmar a Vargas que a ignorância americana sobre o Brasil deveria ser corrigida com a maior urgência, sob pena de os malefícios serem cada vez maiores.

Oswaldo Aranha finaliza esta carta deixando patente que o ideal seria “[...] Intensificar as relações governamentais, as diplomáticas e as militares, e fazer uma propaganda junto à opinião pública americana, capaz de prepará-la a decidir-se por nós nas eventualidades de que está carregado o continente e o mundo” (C.12/37).

Até então, Aranha ainda não havia se referido diretamente ao *Brazilian Information Bureau*, de Francisco Silva Júnior, aberto em 1936. Entretanto, sua nova carta para Vargas não só se refere a ele como intercede por ele, pedindo apoio à iniciativa.

Ao longo do Governo Vargas, enquanto Aranha esteve à frente das relações diplomáticas entre Brasil e Estados Unidos, muitas foram as oportunidades aproveitadas para apresentar o país de forma positiva ao mundo, mas principalmente aos EUA. Exposições, publicações de livros e revistas, cinema, programas de rádio, e o turismo. Todo esse movimento ocorria intencionalmente; se antes de 1937 possuía alguma ingenuidade em suas intenções, após a carta de Aranha a Getúlio, ficou evidenciada a intenção de se fazer uso de todos os meios possíveis para conquistar o povo norte-americano, que, encantado com a exuberância das terras brasileiras e a cordialidade do povo, pressionaria o congresso para apoiar o presidente Roosevelt em ações favoráveis ao Brasil.

Raciocínio aparentemente complicado, porém, foi exatamente assim que Aranha promoveu a conquista do povo americano. À primeira vista, a conquista era pessoal, porém, após a leitura da carta de 1937, percebe-se que as ações do embaixador trouxeram resultados em todas as

áreas do governo brasileiro, em termos de propaganda. Fazendo uso do que se convencionou denominar de *soft power*⁸⁸, Aranha lança mão das artes, da cultura, da história, do turismo, para construir uma imagem atrativa do Brasil.

Assim, constatamos a participação do Brasil na Feira Internacional de Milão, em 1937; na Feira Internacional de Nova York, em 1939/1940; a realização do *Festival of Brazilian Music*, em 1940; a exposição *Brazil Builds: architecture new and old, 1652-1942* no Museu de Arte Moderna de Nova York - MoMA, em 1943; e a Exposição de Arte Moderna Brasileira, na Real Academia de Artes em Londres, em 1944. Estes são alguns exemplos do uso do “poder brando” para conquistar espaço e se manter na mente dos norte-americanos com uma imagem favorável.

A despeito de a exposição ter se realizado na Europa, a imprensa brasileira não deixou o evento passar despercebido. Aproveitando a oportunidade de divulgar um momento de protagonismo do Brasil no exterior, publicou diversas notas a respeito, como pode ser verificado na nota publicada pelo jornal *Correio da Manhã*, apresentado na Figura 45.

Figura 45: Nota sobre exposição de arte brasileira em Londres



Fonte: Jornal Correio da Manhã⁸⁹ – 26/11/1944, p.11. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=089842_05&pesq=Exposição de Arte em Londres&pasta=ano 194>. Acesso em: 12 dez 2017

⁸⁸ Conceito elaborado em 2004 por Joseph Samuel Nye Jr., cientista político norte-americano, para denominar a influência que um país exerce sobre outro, conquistando-o por se fazer admirar e respeitar culturalmente, artisticamente e historicamente. Em contraposição está o *hard power*, exercido por opressão ou constrangimento. A despeito de ter sido criado em tempo relativamente recente, adota-se esta expressão para se referir às ações de Oswaldo Aranha tomadas para conquistar a população, o governo, os empresários, os jornalistas e os intelectuais estadunidenses.

O curioso é que a exposição de arte brasileira em Londres tinha um objetivo ainda maior que a divulgação da cultura nacional. A intenção de uma aproximação maior com os ingleses, e, certamente, o propósito de conquistar sua confiança, ficam evidentes na revelação de que as obras de arte, cedidas pelos artistas brasileiros, seriam vendidas e a renda arrecadada seria doada para a Real Força Aérea Britânica. Uma contribuição do “rico” país sul americano para a terra de Churchill.

Com a proposta de divulgar a produção artística brasileira a partir da Semana de Arte Moderna de 1922, um grupo de renomados artistas brasileiros, como Di Cavalcanti, Portinari, Iberê Camargo, Lasar Segall e Tarsila do Amaral, entre outros, se dispôs a fazer tal exposição. A ideia foi encampada imediatamente por Oswaldo Aranha, então ministro de Relações Exteriores, e por Getúlio Vargas. As negociações foram demoradas, uma vez que a Academia Real de Artes não se mostrou muito interessada, porém, a decisão de doar o montante arrecadado com a venda das obras à Força Aérea Britânica resolveu a questão e deu ao Brasil a oportunidade de se projetar na Europa, artisticamente e politicamente.

Segundo LAGO (2017, p. 264), em 1943 Aranha abre o Itamaraty para uma mostra das obras que iriam para Londres. A exposição (Figura 46), ocorrida no ano seguinte, teve a presença da Rainha Elizabeth, esposa do Rei George VI e da duquesa de Kent.

Figura 46: Abertura da exposição de arte brasileira em Londres (novembro/1944)



Fonte: BBC Brasil. Matéria de Thiago Guimarães.. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151205_exposicao_brasil_tg>. Acesso em 30 nov 2017.

Este evento, especificamente, tem sido objeto de estudo de outra tese de doutoramento, em desenvolvimento no *Brazil Institute King's College*, em Londres, que dá notícias acerca do uso político desta exposição, não só pelo Brasil, mas pela Inglaterra também. A tese de Hayle Gadelha, adido cultural da embaixada brasileira em Londres aponta que o Brasil enviou 168 telas, além de 162 fotografias. De acordo com matéria publicada pela BBC Brasil, a 19 de novembro de 2017, sob o título de “Londres vai rever exposição usada como 'arma' diplomática pelo Brasil em plena 2ª Guerra”⁹⁰, das telas expostas, 80 foram vendidas, e o dinheiro foi entregue à Força Aérea Britânica.

Segundo Gadelha, em entrevista à BBC Brasil, em 2015,

Com 168 pinturas e desenhos de 70 artistas, além de 162 fotografias de arquitetura brasileira moderna e colonial, a exposição foi aberta em 22 de novembro e permaneceu em cartaz até 10 de dezembro. Percorreu ainda outras sete cidades britânicas: Norwich, Reading, Manchester, Bristol, Glasgow, Edimburgo e Bath. Na capital, recebeu a visita da rainha Elizabeth (1900-2002), conhecida como rainha-mãe, ainda na primeira semana.

O saldo da exposição surpreendeu: foram vendidas 80 obras, que renderam mais de 800 libras (cerca de R\$ 136 mil, pelos valores atuais) para a Real Força Aérea britânica. (BBC Brasil, 2015⁹¹)

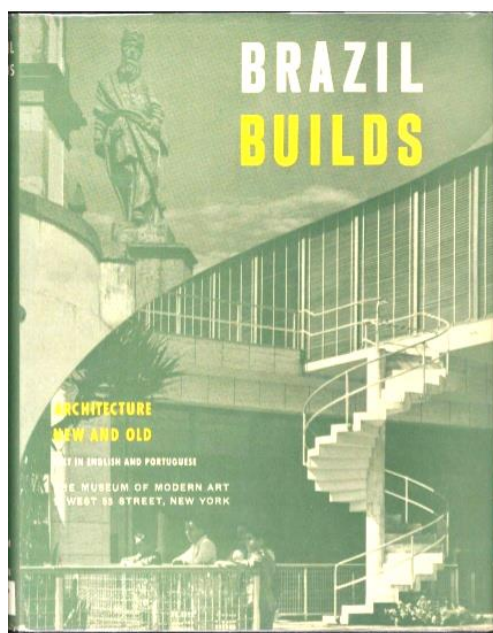
Gadelha destaca ainda que: “A exposição foi concebida pelos artistas, em conjunto com o Itamaraty, então chefiado pelo Chanceler Oswaldo Aranha, defensor de primeira hora da participação brasileira na guerra ao lado dos Aliados”. (LAGO, 2017, p.264)

Outra exposição importante, que cumpriu o papel de apresentar o Brasil e seu patrimônio, agora dando destaque à arquitetura, foi a *Brazil Builds* (Figura 47). Esta exposição contou com o apoio do Ministério da Educação e Saúde, do SPHAN e do DIP, nas pessoas de Gustavo Capanema, Rodrigo de Melo Franco e de Assis Figueiredo, este último, responsável pela Divisão de Turismo do Departamento de Imprensa e Propaganda no Governo Vargas.

⁹⁰ Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/geral-42010289>>. Acesso: 30 nov 2017.

⁹¹ Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151205_exposicao_brasil_tg>. Acesso: 30 nov 2017

Figura 47: Catálogo da Brazil Builds, 1943



Fonte: Museu de Arte Moderna de Nova York – MoMA. Disponível em:

<https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2304_300061982.pdf. Acesso em: 15 jan.2018.

De acordo com o Philip L. Goodwin⁹², um dos organizadores da exposição,

O Museu de Arte Moderna, de Nova York, e o Instituto Norte-Americano de Arquitetos, achavam-se ambos, na primavera de 1942, ansiosos por travar relações com Brasil, um país que ia ser nosso futuro aliado. Por esse motivo e pelo desejo agudo de conhecer melhor a arquitetura brasileira, principalmente as soluções dadas ao problema do combate ao calor e aos efeitos da luz sobre as grandes superfícies de vidro na parte externa das construções, foi organizada uma viagem aérea. (GOODWIN, 1943, p.7)

No prefácio do catálogo da Brazil Builds é longa a lista de colaboradores brasileiros, colocados à disposição pelo SPHAN e pelo DIP, aos quais Goodwin tece fervorosos agradecimentos. A publicação apresenta fotos das construções, projetos maquetes de destaques da arquitetura brasileira, erguidos entre 1652 e 1942, agrupados em edifícios antigos e edifícios novos, de uso público ou particular. Goodwin finaliza seu texto, reconhecendo o valor do patrimônio arquitetônico brasileiro, deixando entrever que o Brasil, a despeito de despertar a atenção por sua produção arquitetônica e sua história, ainda é um país pouco conhecido.

Pedimos indulgencia para as lacunas naturais num trabalho feito tão às pressas. É um esforço para mostrar aos norte-americanos o encanto das

⁹² Philip Lippincott Goodwin (1885-1958) – Arquiteto norte-americano, presidente da comissão de Relações Exteriores, presidente da Comissão de Arquitetura do Museu de Arte Moderna de Nova York, correspondente do Instituto de Arquitetos do Brasil.

velhas e a inspiração das novas construções no Brasil. Também outros muitos latino-americanos podem não estar familiarizados com esta face da cultura dos nossos vizinhos brasileiros. (GOODWIN, 1943, p.9)

Com o objetivo de elevar o status do Brasil diante dos Estados Unidos e da Europa, Oswaldo Aranha não deixava passar em branco as boas oportunidades que lhe chegassem às mãos. A carta de Aranha a Vargas, escrita em agosto de 1937 revela a compreensão da importância de se projetar uma imagem positiva do Brasil no exterior, o quanto antes, sob pena de, caso nada fosse feito, o país perder o prestígio e a credibilidade que tanto se buscava.

Aranha destaca que era preciso demonstrar apoio aos Estados Unidos quanto à sua preeminência continental, em troca do seu reconhecimento na supremacia do Brasil na América do Sul. Para isso, era necessário atuar com maior abrangência, uma vez que para conquistar a simpatia do povo norte-americano, a diplomacia não era suficiente, mas a propaganda, imprescindível.

A partir desta percepção, identificam-se com maior limpidez as ações de divulgação do Brasil junto aos Estados Unidos, em que se lança mão do tripé turismo-patrimônio-propaganda. Desta forma, Aranha e Vargas foram abrindo espaço para a construção da imagem de um país moderno e promissor, um país de grandes possibilidades.

5.2 A idealização do Brasil a partir da propaganda

As primeiras décadas do século XX chegaram carregadas de novas demandas e buscas pelo progresso. A inovação tecnológica que se apresentava naquele período, juntamente com as mudanças geoeconômicas resultantes do conflito bélico mundial (1914/1918) vinha acompanhada dos anseios de mudanças comuns a períodos pós-guerra.

No Brasil dos anos 1920, a efervescência dos movimentos artístico-culturais se evidenciou com o Movimento Modernista e sua Semana de Arte Moderna, em 1922. As discussões acerca dos mais diversos temas, inclusive políticos, se espalhavam pelos jornais impressos, pelos cafés, exposições e eventos literários. O sentimento de brasilidade começa a tomar corpo e a agregar cada vez mais intelectuais. As posteriores excursões modernistas ao interior de Minas Gerais são um reflexo disso.

A radiodifusão acompanhava a movimentação da época: registra-se em 1922 o uso, ainda que incipiente deste meio, durante as festividades do Centenário da Independência do Brasil. De acordo com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – ABERT, além das

emissoras dos Estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco, Bahia e Ceará, havia outras em pleno funcionamento.

Em dois anos (1923-1924) eram muitas as emissoras em operação. No Rio Grande do Sul, a Sociedade Rádio Pelotense, de Pelotas, e em Porto Alegre, a Rádio Sociedade Gaúcha, que até hoje se proclama a pioneira no Sul do país. Em Minas Gerais, a Rádio Clube Belo Horizonte, com um potente transmissor de 500 watts; em Curitiba, a Rádio Clube Paranaense; em São Paulo, mais uma, a Rádio Clube São Paulo e a primeira emissora do interior, a Rádio Clube Ribeirão Preto. A partir daí, surgiram emissoras de rádio por todo o Brasil, como a Rádio Clube do Pará, no extremo Norte, e as fronteiras do Rio Grande do Sul. (ABERT, 2017).

A despeito do uso em eventos oficiais, a radiodifusão funcionava sem qualquer regulamentação no Brasil. Foi apenas na década de 1931, que Getúlio Vargas publicou o Decreto nº 20.047, de 27 de maio, tratando da regulamentação e adotando o modelo norte-americano que não restringia o uso aos órgãos do governo, mas abria concessões de canais a particulares, além de permitir a venda de espaços durante a programação para a veiculação de comerciais.

A abrangência e a importância do meio rádio no Brasil foram coroadas nos anos 1930, caminhando para sua consolidação no período denominado de a Era do Rádio (1940-1950) (CALABRE, 2004; PINTO, 2012). Nesse período, o rádio deixou de ser apenas um transmissor de notícias para receber representantes da música brasileira, abrindo espaços para que os talentos musicais se dessem a conhecer e se profissionalizassem. Era o início da divulgação dos valores musicais, do enaltecimento do samba como representação da identidade nacional. O universo comercial também se expandiu com a gravação e venda de discos, a realização de shows transmitidos ao vivo pelas rádios e a associação do nome dos artistas às emissoras que os contratavam. Com intensa programação musical, de rádio-novelas, de esportes e de noticiários, o rádio passou a ser o melhor e mais eficiente meio de comunicação de massa à época. Isso o tornou objeto do interesse do Governo Vargas, que logo passou a fazer uso de suas facilidades de expansão em benefício próprio.

O crescimento do rádio neste período pode ser verificado pelos dados compilados pelo IBGE nos Anuários Estatísticos do Brasil – 1941/1945, 1946 e 1947, com o quadro que trata da radiodifusão no Brasil, cuja síntese pode ser verificada a seguir, com a apresentação do número de emissoras inauguradas no País, ano a ano, englobando o período de 1923 a 1945.

Quadro 8: A radiodifusão no Brasil – 1923 a 1945

Inauguração	Nº estações	Inauguração	Nº estações
1923	02	1936	08
1924	05	1937	05
1925	03	1939	06
1926	02	1940	10
1927	02	1941	11
1928	02	1942	07
1931	01	1943	03
1933	05	1944	08
1934	15	1945	06
1935	09		

Fonte: Anuário Estatístico do Brasil 1941/1945 (p.451), Anuário Estatístico do Brasil 194(p.449) ⁹³ e Anuário Estatístico do Brasil 1947 (p.451). Dados agrupados para a pesquisa.

É interessante destacar que o número de emissoras existentes no ano de 1944, segundo o Anuário, é de 106, sendo 95 particulares, 09 oficiais e 02 sem registro.

No ano de 1935, surge *A Voz do Brasil*, um programa diário criado exclusivamente para a divulgação de notícias referentes ao Poder Executivo. No ano de 1938, o programa passa a se chamar *A Hora do Brasil*, também com uma hora de duração, porém agora com veiculação obrigatória, instituída por Vargas, por todas as emissoras do país, no mesmo horário. Era o início da apropriação dos meios de comunicação pelo Governo Vargas em favor das causas do regime recém-imposto ao Brasil.

No ano de 1936, criou-se a Rádio Nacional, inicialmente de caráter privado, porém, estatizada em 1940 (CALABRE, 2004, págs.30 e 52) por Vargas, visando uma melhor difusão de seus programas e ideais políticos. Veiculava-se, na Rádio Nacional, muito mais que a propaganda política propriamente dita: programas musicais, educativos, de humor, rádio-novelas e noticiários, mesclavam-se a comerciais pagos e a propagandas do Governo. Instalada no Edifício Joseph Gire⁹⁴, mais conhecido como Edifício A Noite (Figuras 48 e 49), por abrigar a redação do jornal impresso de mesmo nome, a Rádio Nacional contava com as vantagens da localização privilegiada: na Praça Mauá, área central do Rio de Janeiro, no primeiro arranha-céu do país, projetado pelo mesmo arquiteto do Hotel Copacabana Palace e do Hotel Glória, o francês que dá nome ao edifício, e pelo arquiteto e professor brasileiro, Elisiário da Cunha

⁹³ Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1941_1945.pdf>. Acesso em dez 2017

⁹⁴ Joseph Gire (1872-1933) – Arquiteto francês, graduado pela École Nationale Supérieure dês Beaux-Arts de Paris, chegou ao Rio de Janeiro em 1916, a convite da família Guinle. Foi responsável pela construção do Hotel Glória, do Palácio das Laranjeiras, do Copacabana Palace, entre outras.

Bahiana⁹⁵. O prédio, que acabou se tornando um ponto de encontro entre empresários, artistas e políticos, mirante da cidade por alguns anos, teve sua importância reconhecida e foi tombado pelo IPHAN no ano de 2013. Seus 22 andares o colocavam como protagonista e imponente ponto de referência na Praça Mauá, como se pode comprovar pelas fotos a seguir.

Figura 48: Edifício A Noite – 1930



Figura 49: Edifício A Noite - vista aérea do centro do Rio de Janeiro, 1930.



Fonte: Diário do Rio. Disponível em: <<http://diariodorio.com/histria-do-edificio-a-noite>>. Acesso em 05 jan 2018

A Rádio Nacional foi um marco na comunicação do País, e, mais que isso, um potente instrumento de encantamento da população, pelo qual se realizavam os sonhos dos artistas, com os concursos musicais e as apresentações de auditório. A glamorização que se deu a partir daí, fez surgir a Era do Rádio, ou os Anos de Ouro da Rádio Nacional, na qual despontaram e se projetaram grandes nomes da música brasileira (Figuras 50 e 51), como Dalva de Oliveira, Cauby Peixoto, Francisco Alvez, Ary Barroso, Ângela Maria, Almirante, Aracy de Almeida, Marlene, Emilinha Borba, Nelson Gonçalves, Carmem Miranda, dentre tantos (PINTO, 2012; CALABRE, 2004).

⁹⁵ Elisiário Antônio da Cunha Bahiana (1891-1980) – Graduado pela Escola Nacional de Belas Artes do Rio de Janeiro, professor da Escola de Engenharia (Faculdade Mackenzie) e da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo – FAU/USP, responsável pela construção do Viaduto do Chá e do Jockey Club de São Paulo, entre outros.

Figura 50: Cauby Peixoto no auditório da Rádio Nacional



Figura 51: Ângela Maria, Marlene e Emilinha Borba no palco da Rádio Nacional



Fonte: Memorial da Democracia. Disponível em: <<http://memorialdademocracia.com.br/card/alo-alo-brasil-aqui-fala-a-radio-nacional-do-rio-de-janeiro>>. Acesso em maio 2018

A chegada das empresas norte-americanas ao país trouxe também agências de propaganda⁹⁶, que passaram a veicular seus “reclames” nas rádios, principalmente na que foi a maior da América Latina, dando suporte financeiro para seu funcionamento, e reforçando a influência do modelo norte-americano também no cotidiano da população. Fosse pela venda de produtos, de ideias, da maneira de se vestir ou de se comportar.

5.3 O papel do departamento de imprensa e propaganda e suas articulações

A deflagração da Revolução de 1930 e a entrega do comando da Nação a Getúlio Vargas implementaram diversas mudanças em todo o País, dentre elas, o aprofundamento das relações entre governo e os meios de comunicação. Reconhecendo, desde o governo de Washington Luís a importância da imprensa como apoio político, Vargas, percebe a necessidade de assegurar a continuidade dessa relação e, ainda, ampliá-la. Para tanto, era urgente a criação de órgãos específicos para coordenar essas ações, agora abrangendo não apenas os jornais, mas os meios de comunicação de massa, de reconhecida eficácia, disponíveis naquele período (PEREIRA, 2012; PANDOLFI, 1999; GARCIA, 1999)

Desta forma, era fundamental não apenas ampliar a utilização da imprensa como difusora das ideias do novo governo, mas também inviabilizar a atuação dos jornais oposicionistas. Neste momento de ruptura com as linhas políticas conservadoras, e com o fim da República Velha, era preciso manter o controle sobre a comunicação, dentre outros segmentos.

⁹⁶ A primeira agência de propaganda norte-americana a se instalar no Brasil foi a JW Thompson, em 1929.

Tão logo se estabelece no governo, Vargas cria, em 1931, o Departamento Oficial de Publicidade – DOP, órgão vinculado ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores, que funcionava como um apêndice da Imprensa Nacional. Com a função de esclarecer a opinião pública e os órgãos de propaganda particulares, o DOP fornecia dados econômicos e administrativos do governo para embasarem as publicações da imprensa. Atuou mais diretamente na radiodifusão, criando, editando e transmitindo para todo o país o programa “Hora do Brasil”. (GOULART, 1990).

No ano de 1934, a necessidade de se ampliar o campo de atuação e abrangência desse órgão regulador das comunicações, levou Vargas a autorizar a criação, em caráter experimental, do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – DPDC, sob a direção do jornalista Sales Filho⁹⁷, também diretor do DOP. Aprovados os resultados, instituiu-se por meio do Decreto-lei 24.651, a extinção do DOP e a criação do DPDC.

O novo órgão, que logo passaria a ser coordenado pelo jornalista Lourival Fontes, objetivava atuar não só junto à imprensa e à radiodifusão, mas também na área da cultura e do cinema, utilizando deste último como instrumento para a difusão de ideias adotadas e defendidas pelo Governo Vargas. A partir de então, surgem as ações de incentivo à produção de filmes com teor educativo, concretizadas por meio de prêmios e favores oficiais. (PASCHOAL, 2007)

Sobre a atuação do DIP junto aos meios de comunicação, têm-se como exemplo o uso massivo da radiodifusão, como apresentado a seguir

Seguramente o rádio foi um dos veículos de maior eficiência na difusão do projeto político-pedagógico estadonovista. A Rádio Nacional contava com expressiva verba oficial para manter o melhor elenco da época, incluindo músicos, cantores, radioatores, humoristas e técnicos. Em seus programas transmitiam-se os padrões de comportamento e valores desejáveis. Buscando monopolizar a audiência popular, o governo instituiu concursos musicais em que a opinião pública elegia seus astros favoritos. A apuração era feita no DIP, e o resultado era transmitido durante o programa “Hora do Brasil”. (DOSSIÊ, 2016).

Para alcançar os objetivos de criar na opinião pública um consenso em relação à atuação do governo, o DPDC atuava no rádio, no cinema, na imprensa e também no turismo. Este, por ter se transformado em uma atividade de certa importância econômica, passou a ser monitorado

⁹⁷ Francisco Antônio Rodrigues Sales Filho - Formou-se em Farmácia e Medicina pela Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, foi um dos articuladores da campanha que levou à criação da Cruz Vermelha Brasileira. Em 1912, elegeu-se deputado federal pelo Distrito Federal. Após a Revolução de 1930 ocupou os cargos de diretor da Imprensa Nacional, ministro do Tribunal de Contas do Distrito Federal e redator-chefe do Diário Carioca

pela Agência Nacional⁹⁸. Com a expansão do controle governamental sobre essas diversas áreas, ampliou-se também a frequência de notícias favoráveis nos jornais e emissoras de rádio.

O ano de 1938, já instituído o Estado Novo, trouxe novas demandas, acrescentadas às anteriores, no trato com a comunicação. Agora, era incorporado ao rol de necessidades para a manutenção do governo um controle ainda maior sobre as notícias divulgadas no País. Era preciso efetivar o controle, a censura aos meios de comunicação para não dar espaços aos oposicionistas. Assim, o DPDC é substituído pelo Departamento Nacional de Propaganda – DNP, também dirigido por Lourival Fontes.

O DNP tinha como objetivo a difusão de informações selecionadas, em âmbito nacional e internacional. Para isso, dava uma atenção redobrada ao programa Hora do Brasil, estimulando sua audiência, disponibilizando aparelhos de rádio a serem colocados em casas próximas a praças em cidades do interior, para que um número maior de pessoas pudesse se aglomerar junto à janela da residência e acompanhar a transmissão do programa. Havia também sessões de cinema em que eram exibidas reportagens e curta-metragens que tratassem dos atrativos turísticos nacionais.

A atividade turística recebia uma atenção especial: no DNP havia a Seção de Turismo, responsável por receber e orientar turistas estrangeiros, fornecendo-lhes informações sobre o Brasil.

A expansão da área de atuação do DNP, que além do monitoramento das informações nos meios de comunicação, e do acompanhamento a turistas estrangeiros, passou a divulgar o país no exterior, promovendo o lançamento de escritores e jornalistas nacionais na imprensa internacional, exigia uma renovação. Além disso, prestava assistência a jornalistas estrangeiros, editava publicações avulsas para o País e o exterior acerca de eventos nacionais, e, ainda, mantinha um periódico bilíngue (português e inglês).

Desta forma, em 1939, o DNP, com apenas um ano de funcionamento, deu origem ao Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, por meio do decreto-lei 1.915, de 27 de dezembro de 1939, também coordenado por Lourival Fontes.

O novo órgão, que tinha como objetivo difundir a ideologia do Estado Novo, levando-a às camadas populares, tinha a propaganda como destaque. Agora, além das ações de informação

⁹⁸ Agência de notícias brasileira criada no ano de 1936, com o objetivo de divulgar os atos da administração pública federal, além de notícias que fossem de interesse da população em geral.

seletiva, controle e censura dos meios de comunicação, e o acompanhamento da atividade turística, a formação da imagem positiva do presidente e do País passam a ser objeto de atenção redobrada.

Sendo o quarto órgão de difusão de informações criado no Governo Vargas, o DIP surgiu de uma fusão com o Serviço de Inquéritos Políticos Sociais – SIPS, coordenado por Filinto Muller⁹⁹, chefe de polícia do Rio de Janeiro, Distrito Federal à época. Este órgão monitorava até mesmo queixas e aspirações das populações de cidades do interior do País, tamanho era seu controle sobre a população. Assim, incorporado ao DIP, levou para o novo órgão as informações obtidas sobre cada município brasileiro.

Alzira Vargas do Amaral Peixoto, filha de Getúlio Vargas e sua secretária, apresentou sua versão acerca da criação do DIP: atendendo às solicitações do prefeito de Poços de Caldas, onde passavam férias, em 1938, Alzira levou ao pai a sugestão de criar um órgão que cuidasse da divulgação do País no exterior, visando o incremento da atividade turística.

Abordada pelo prefeito Francisco de Assis Figueiredo¹⁰⁰ e pelo ator Procópio Ferreira¹⁰¹, Alzira ouviu pedidos para que sugerisse ao pai o uso de propaganda para divulgar os atrativos do Brasil junto ao público internacional. O pedido veio acompanhado da apresentação de farta documentação, com dados sobre os impactos do turismo na economia de países da Europa.

Mostraram-me mapas, folhetos, relatórios, estatísticas, estudos para me provar que o Brasil estava perdendo uma fonte de renda excepcional, por falta de organização turística. Pediram-me que sugerisse ao Patrão, com a máxima urgência, a criação de um organismo que se dedicasse à propaganda de nossas belezas naturais, e fomentasse a vinda de turistas estrangeiros a nosso País. (PEIXOTO, 1960, p.359)

Alzira, levando a proposta ao presidente, sugere a união do Departamento de Propaganda coordenado por Fontes e o SIPS de Filinto Muller.

Vale destacar o objetivo maior da criação do DIP, de acordo com o relato de Alzira Vargas:

É verdade que sua finalidade foi depois deturpada em várias ocasiões, por várias pessoas desejosas de aparecer no cartaz. O objetivo principal, que era o incremento do turismo, ficou prejudicado pelas perspectivas sombrias de uma próxima guerra mundial. (PEIXOTO, 1960, p. 361) (Grifo nosso).

⁹⁹ Filinto Strubing Müller (1900-1973) - Militar e político brasileiro, atuou no Governo Vargas na área de segurança, sendo delegado especial de Segurança Política e Social

¹⁰⁰ Francisco de Paula Assis Figueiredo foi prefeito nomeado de Poços de Caldas de 1931 a 1939. Cidadão ouro-pretenso, nascido em 1901, formou-se em Engenharia Civil. Assumiu a Divisão de Turismo – DT do DIP até 1944, em cuja gestão foram publicadas as revistas *Travel in Brazil* e *This is Brazil*.

¹⁰¹ João Procópio Ferreira, nascido no Rio de Janeiro em 1898, reconhecido como um dos maiores atores do Brasil, foi também escritor, dramaturgo e diretor de teatro.

A despeito do que mostra a autora citada, o regimento do DIP, decreto n. 5.077, aprovado dois dias após sua criação, apresenta outros objetivos:

Art. 1º O Departamento de Imprensa e Propaganda (D. I. P.), criado pelo Decreto-lei n. 1915, de 27 de dezembro de 1939, é diretamente subordinado ao Presidente da República e tem a seu cargo a elucidação da opinião nacional sobre as diretrizes doutrinárias do regime, em defesa da cultura, da unidade espiritual e da civilização brasileiras, cabendo-lhe a direção de todas as medidas especificadas neste Regimento. (BRASIL, 2015)

Há que se considerar, no entanto, a existência de outros documentos que atestam a importância da atividade turística naquele momento, e os interesses de empresários, políticos, entre outros, para que o governo dispensasse ao turismo a atenção devida e esperada. Trata-se de cartas enviadas ao ministro de Relações Exteriores, Sr. Oswaldo Aranha, a serem apresentadas e analisadas posteriormente.

O DIP, com suas demandas ampliadas, aumentou também sua estrutura, e, para funcionar a contento contava com as seguintes divisões: Divulgação; Radiodifusão; Cinema e teatro; Imprensa; Serviços auxiliares (comunicações, contabilidade, tesouraria, material, filмотeca, discoteca, biblioteca). Havia também a Divisão de Turismo - DT (BRASIL, 1939), cujo objetivo era organizar e executar planos de propaganda no exterior, fichários e cadastro de informações turísticas, corresponder-se com organizações internacionais, organizar e divulgar material de propaganda turística sobre o País. (GOULART, 1990, p. 73)

Dentre as atribuições do DIP/DT - Divisão de Turismo, responsável direto pela operacionalização deste processo, estavam:

Promover conferências, com ilustrações aqui e nos Estados acerca da atualidade nacional e das perspectivas de novas atividades;
Provocar a visita de personalidades estrangeiras de relêvo, (sic) indicando-lhes tudo quanto nos interessa conhecer por seu intermédio. Explicar-lhes a significação da nossa evolução histórica, afim de que possam compreender os laços que prendem a atualidade ao passado e ao futuro do Brasil;
Promover contactos entre os centros nacionais de cultura, mediante visitas recíprocas;
Distribuir cartazes, cartões postais, folhetos e pequenos livros, acerca do Brasil, nas estradas de ferro internacionais, nos centros de cultura, nos hotéis, bibliotecas, lugares públicos idôneos das cidades americanas (do Sul, do Norte e do Centro);
Promover a construção de hotéis, em lugares pitorescos (praias, montanhas, estações de águas etc.) mediante favores legais concedidos às iniciativas particulares, que queiram seguir os planos aprovados pelo governo nesse sentido;
Estimular a visita de jornalistas, escritores, políticos e personalidades de destaque, nos outros países, que demonstrem desejo de conhecer o Brasil e possam inferir no desenvolvimento das suas relações externas;

Manter um serviço permanente de intercâmbio espiritual e cultural entre os Estados e o Rio de Janeiro;

Provocar aproximação mais íntima com os serviços de cooperação intelectual, do Ministério do Exterior, a fim de poder participar dos seus programas, desde já e, futuramente, intervindo no intercâmbio cultural em harmonia com os referidos programas daqueles antigos e ótimos serviços;

Provocar aproximação mais íntima com o Serviço Nacional de Teatro, a fim de agir em harmonia com o mesmo na expansão cultural que constitui seu programa;

Manter serviços de coordenação cotidiana e cordial com as outras direções do D. I. P., delas obtendo apoio, afim de que os outros assuntos relativos às expectativas do turismo atual, próximo e futuro, possam ser completadas a tempo;

Provocar idêntica cooperação dos serviços de turismo da Prefeitura do Distrito Federal, assim como dos das demais Municipalidades brasileiras;

Instituir serviços permanentes de informações sobre a atualidade nacional, dos pontos de vista materiais, intelectuais e culturais, afim de que compreendam os objetivos em que se inspiram todos os órgãos do Governo. Essas informações, traduzidas em inglês, francês e espanhol, terão distribuição espontânea ou solicitada, conforme circunstâncias. (Cultura Política. Revista Mensal de Estudos Brasileiros. Rio de Janeiro: Departamento de Imprensa e Propaganda - DI, ano IV. N.47, dezembro de 1944, p.175 e 176, *apud* SANTOS FILHO, 2007)

É importante destacar que o Governo Vargas reconhecia a importância da atividade turística, a ponto de dedicar a ela os olhares do DNP, em 1938, além das medidas tomadas em favor de seu desenvolvimento em território nacional, como a eliminação de barreiras entre Brasil e Argentina (decreto 24.393/1934), a eliminação de barreiras entre Brasil e Uruguai (decreto 1.846/1937), e o decreto-lei nº 406, que dispõe sobre a entrada de estrangeiros no Brasil e regula o comércio de passagens e operações de câmbio.

As relações identificadas até este momento demonstram um emaranhado de interesses do Governo Vargas e de tantos outros personagens que por aqui atuavam livremente, enquanto o Brasil ainda não havia decidido a quem dar seu apoio: americanos ou alemães e italianos. Um país que passou por muitas mudanças políticas e econômicas, ainda precisava definir sua identidade, ao menos a identidade que atenderia aos interesses do novo governo. O próximo capítulo apresentará de que maneira essa identidade nacional, forjada ou original, a cultura, o patrimônio, poderiam contribuir para a concretização dos planos de Getúlio Vargas e seu Governo Revolucionário.

6 PATRIMÔNIO: A PRESENÇA DISCRETA NAS CARTAS DE ARANHA

A leitura das cartas que compõem parte do gigantesco arquivo da correspondência política de Oswaldo Aranha - mais de 4.500 arquivos textuais disponíveis do CPDOC/FGV- ocorreu sob os princípios da análise do discurso, segundo os quais, tão importante quanto a presença dos temas e expressões que remetem a eles, é relevante também a ausência declarada ou a presença discreta de assuntos e referências aos mesmos. Esta tese se desenvolve apoiada em uma tríade - Turismo-Propaganda-Patrimônio - analisada a partir de fragmentos da correspondência política de Aranha, selecionada por meio de palavras-chave. Desta forma, temos discorrido acerca de cada elemento desta composição, analisando seu desenvolvimento e as ações relacionadas a eles, a partir dos indicativos e citações encontradas nas cartas recebidas ou enviadas por Oswaldo Aranha.

As questões relacionadas ao desenvolvimento da atividade turística no Brasil, para emissão e recepção de turistas, assim como as ações de propaganda, seus agentes e desdobramentos, estavam claramente representados nas cartas analisadas. As opiniões emitidas, as solicitações feitas ao ministro ou ao embaixador Aranha, os desentendimentos, os acordos, enfim, diversos tipos de abordagem estavam presentes. Em alguns casos foi possível identificar uma sequência de cartas e fatos, por meio de respostas e comentários em cartas posteriores às que inicialmente versavam sobre determinado tema.

A clareza das explanações sobre turismo e propaganda, no entanto, não se deu da mesma forma com o patrimônio. A alusão a este assunto aparecia em número reduzido de cartas, e sob outras denominações ou referências. Aparecia, então, de maneira indireta.

A existência do tema patrimônio dentre os interesses institucionais na Era Vargas não é passível de dúvida: ela transparece nos livros, artigos acadêmicos, teses e dissertações, referências bibliográficas, e também nas publicações de algumas revistas, catálogos de feiras internacionais, anúncios de jornal e, muito claramente nas referências ao SPHAN¹⁰².

A questão é que a ausência do termo patrimônio e a presença discreta da ideia em si nos levavam a observar que, enquanto turismo e propaganda transpassavam fronteiras, num movimento de ir e vir constante, o mesmo não acontecia com o terceiro elemento da tríade estudada. Turismo e Propaganda eram claramente temas de viés nacional e internacional,

¹⁰² SPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, criado em 1937, órgão de proteção ao patrimônio nacional. Criado pelo decreto-lei nº 25, em 30 de novembro de 1937, a partir de um projeto de Mário de Andrade, o órgão era subordinado ao Ministério da Educação e Saúde e presidido por Rodrigo de Melo Franco Andrade.

enquanto que patrimônio era discutido, pensado e elaborado numa esfera menor, dentro de casa. Seu poder de alcance, comparado ao das outras duas áreas, parecia mais restrito. Essa diferença se deu não por irrelevância de um tema em relação aos demais; ao contrário, a forma como o patrimônio era tratado é que determinou essa configuração.

Enquanto turismo e propaganda se desenvolviam em ritmo acelerado, de acordo com o que exigiam as demandas políticas e de mercado e suas urgências, patrimônio tratava de questões muito mais profundas e de discussões densas. A história do país, a identidade nacional – a quem deveria atender? –, o passado que interessava ser preservado, o que deveria ser tratado como memória, riqueza, herança.

As discussões sobre patrimônio, ocorridas largamente na Europa, aconteciam em ritmo mais brando no Brasil. O aspecto comercial que impulsionava as ações voltadas para o desenvolvimento da atividade turística e, por conseguinte, da propaganda, não se aplicava às demandas concernentes ao patrimônio. O período em que o Governo Vargas pousou seus olhos sobre as atividades de turismo, propaganda e patrimônio, também se diferencia entre eles. Turismo e propaganda se destacaram primeiro; patrimônio, depois. Os agentes que nelas atuavam também eram distintos. A despeito da diversidade de ritmos, aprofundamentos e objetivos, o que une todos estes elementos são os interesses do Governo Vargas.

O Brasil já apresentava iniciativas para a criação de instituições que visavam à preservação da história nacional, por meio de monumentos. A apresentação de projetos de lei para a criação das inspetorias de monumentos já ocorria antes da Revolução de 1930.

Quando Vargas chegou ao poder já havia no Brasil discussões sobre identidade nacional, brasilidade, preservação, entre outras. Porém, foi em seu governo que houve a legitimação do patrimônio enquanto elemento relevante para a história, a cultura e a política nacional. O caso da criação do SPHAN tem como passo inicial as atividades desenvolvidas pelo Departamento Municipal de Cultura de São Paulo, que contava com a presença de Mário de Andrade¹⁰³. As ações deste órgão não passaram despercebidas por Capanema, então ministro da Educação e Saúde, que, vislumbrando a criação de uma instituição voltada à preservação de bens históricos e culturais do País, solicita a Andrade a elaboração de um projeto a ser executado em nível federal para o mesmo intento.

¹⁰³ Mário Raul de Moraes Andrade (1893-1945) – Escritor, poeta, crítico de arte, musicólogo e folclorista. Um dos idealizadores da Semana de Arte Moderna de 1922, fundador e diretor do Departamento Municipal de Cultura de São Paulo, idealizador do Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN, criado em 1937.

Abordar a questão do patrimônio no Brasil exigiria um aprofundamento considerável caso esse fosse o tema desta tese. O mesmo esforço seria despendido caso o tema principal fosse o turismo, ou a propaganda no Brasil isoladamente. Entretanto, é preciso não perder de vista que nosso objetivo é observar de que maneira essas três áreas foram utilizadas como ferramentas políticas, portanto, a serviço dos interesses do Governo Vargas, tendo em consideração o que se identificou nos fragmentos da correspondência política de Oswaldo Aranha.

Ainda assim, reconhecendo as limitações impostas pelos objetivos propostos e pelo próprio objeto de estudo desta tese, é preciso uma breve incursão nos conceitos, fatos e algumas teorias sobre patrimônio para que se possa prosseguir, relacionando os fatos à presença discreta do tema nas cartas adotadas como documentos base para este trabalho.

6.1 Patrimônio: que ideia é essa?

O termo “patrimônio” está atrelado a uma série de conceitos e sentidos os mais diversos. Ao longo do tempo, a despeito de manter suas múltiplas significações, foi sendo moldado para atender ao que se demandava em relação a valores identitários de um povo, Nação ou comunidade. (CAMARGO, 2002; D’ALESSIO, 2011; FONSECA, 2005; CHOAY, 2001),

Herança material, moral, temporalidades vividas? Obras de arte, imóveis, bens materiais, cultura? Representação histórica? Testemunha viva de tempos históricos? Referência identitária de um povo? Tudo isso e, certamente, muito mais.

Marilena Chauí (2000) ressalta que o conceito de patrimônio está diretamente relacionado ao surgimento da compreensão de Estado-Nação, às ideias de unidade territorial e soberania política.

Concebida em meio às grandes turbulências da Europa no século XVIII, a ideia de patrimônio irrompe na França revolucionária, numa tentativa de salvaguardar exemplares da cultura da época, submetidos à sanha destrutiva dos revoltosos. Assim, em meio ao vandalismo que incendiava igrejas, quebrava estátuas, saqueava castelos e destruía qualquer referência ao *Ancien Régime* e à aristocracia, surgia a necessidade de proteção, preservação, reconhecimento e valorização destes mesmos elementos, representativos daquele período. O patrimônio existente deveria ser nacionalizado; desta forma, na Constituinte, que iniciou seus trabalhos em 1789, foi estabelecido que os bens da Igreja, os dos emigrantes e os da Coroa estavam à disposição da Nação (FONSECA, 2009). Os passos seguintes foram o recolhimento

de objetos e obras de arte, guardados em depósitos designados como *museum*, a criação de comissões para inventariar esses bens, para proteger os monumentos, e a criação de normativas para se inventariar, classificar e administrar todo esse material.

Segundo Fonseca (2009, p.58), “A ideia de posse coletiva como parte do exercício de cidadania inspirou a utilização do termo patrimônio para designar o conjunto de bens de valor cultural que passaram a ser propriedade da nação, ou seja, do conjunto de todos os cidadãos”.

A autora complementa: “A construção do que chamamos de patrimônio histórico e artístico nacional partiu, portanto, de uma motivação prática – o novo estatuto de propriedade dos bens confiscados – e de uma motivação ideológica – a necessidade de ressemantizar esses bens”.

A apropriação, objetivada com a nacionalização dos bens da aristocracia francesa, ia muito além do âmbito da comunidade, do público: passava agora ao contexto pessoal, colocando cada cidadão como participante ativo da história, elaborando laços afetivos, um assenhoreamento histórico e cultural, a construção de uma memória coletiva e uma identidade nacional.

Eventos de grande potencial destrutivo, como as grandes guerras mundiais, que destroem monumentos e objetos de valor cultural concreto, levam consigo os elementos de agregação de um povo, retirando-lhes as referências, o elo que os une e fortalece. Este entendimento, nascido na Revolução Francesa, vem evoluindo ao longo do tempo e permitindo a elaboração de normativas capazes de conceituar e proteger, salvaguardar o patrimônio em suas mais diversas representações – histórica, artística, cultural, natural, monumental, documental, entre outras. - categorizadas a partir de estudos sobre o tema. Desta forma, a partir da década de 1930, surgiram as Cartas Patrimoniais¹⁰⁴, como resultado de conferências mundiais realizadas com o intento de traçar novos caminhos e posturas que assegurassem o melhor uso do legado identitário de cada Nação, grupo, cultura.

As Cartas Patrimoniais, documentos adotados por diversos organismos internacionais, são compromissos e recomendações que orientam as políticas patrimoniais. No entanto, a despeito de instituírem um padrão de atuação internacional, estes documentos não possuem poder de

¹⁰⁴ Cartas Patrimoniais são diretrizes para a conservação, manutenção e restauro do patrimônio histórico, sem poder de lei, reunidas em um conjunto de recomendações de caráter internacional resultantes de amplos debates coordenados por organismos internacionais e governamentais. Durante a Era Vargas foram publicadas duas Cartas: Carta de Atenas (1931), que tratava da administração, valorização, restauração dos monumentos; Carta de Atenas (1933), que propunha um modelo de urbanização baseado em 4 funções a ela atribuídas: morar, trabalhar, recrear e circular.

legislação, mesmo assim, tratam das formas de ação sobre o patrimônio em suas categorias (GHIRARDELLO, SPISSO, 2008; SOUSA, 2013; CAMARGO, 2004).

O ideário do Patrimônio, então, não caminhou ao largo de questões políticas e ideológicas, ao contrário, serviu de apoio para o firmamento dos Estados-nações no mundo contemporâneo. Assim, tinha como funções simbólicas: a) reforçar a noção de cidadania; b) [...] contribuir para objetivar, tornar visível e real, essa identidade real que é a nação [...]; c) [...] legitimar o poder atual; d) conservar os bens por seu alcance pedagógico, a serviço dos cidadãos (FONSECA, 2009 p.59).

Cabe destacar que, além da relação próxima com as questões políticas, o patrimônio, desde cedo foi associado ao turismo, citado como pretexto para a conservação dos bens de interesse histórico e cultural, reforçada pela possibilidade de algum ganho financeiro. Aspectos dos quais tanto França quanto Itália souberam se beneficiar.

Refletir sobre o patrimônio é uma tentativa de manter “vivas” características de uma cultura, um passado, relações afetivas, coisas que remetem a histórias pessoais, à memória. Essa reflexão, que conduz à identidade nacional, remete ao passado, ao presente, e - por que não? - ao futuro, um futuro que se renova e visita diuturnamente o tempo pretérito, ansiando por conexões, raízes, tradições – inventadas ou não – e referências.

As ponderações acerca da legitimidade e relevância do que se designou de bens patrimoniais, fossem eles culturais, históricos, artísticos e/ou naturais, já vinham ocorrendo em âmbito internacional, antes que o conceito aportasse no Brasil.

É importante destacar que os aspectos econômicos do uso do patrimônio, do turismo e da propaganda, inicialmente, não se apresentavam com a mesma força que na atualidade. Não se desconhece a intenção de lucro dos que empreendiam nessa seara, no entanto, os aspectos políticos, tinham maior relevância nesse processo, não só no Brasil, mas também na Europa, por exemplo. Desta forma, imbuído deste espírito de elaboração de sua própria identidade, o Brasil começou a trilhar os caminhos do Patrimônio e, em seguida, do Turismo e da Propaganda. São tempos e abordagens diferentes, pois também o são suas demandas, no entanto, a partir do Governo Vargas, as três áreas se encontram sob o direcionamento dado pelo ideário varguista de valorização da história nacional, com o objetivo de se estabelecer uma identidade nacional que atendesse a seus interesses. É, certamente, a criação do “novo homem brasileiro”, o encontro da “alma brasileira”, do “verdadeiro Brasil”, expressões

largamente utilizadas para representar aquilo que se buscava, principalmente durante o Estado Novo.

6.2 A gênese do ideário do patrimônio no Brasil

Os primeiros passos em direção à consciência da importância histórica da preservação de bens no Brasil se configuraram com a criação do Instituto Histórico e Geográfico do Brasil – IHGB, e do Arquivo Nacional, este último, previsto no artigo 70 da Constituição Federal de 1824. Apesar do interesse despertado, ambos só vieram a ser efetivamente criados no ano de 1838.

O momento político apresentava a fragilidade da identidade nacional, sob a ameaça de diversos movimentos e rebeliões que eclodiram logo após a declaração da Independência e o fim do reinado de D. Pedro I. Desta forma, era urgente estabelecer os parâmetros de uma identidade nacional e escrever a história do Brasil, objetivando a unificação em torno de elementos identitários comuns.

O IHGB surgiu da proposta de representantes da Igreja e das Forças Armadas – respectivamente, o cônego Januário da Cunha Barbosa¹⁰⁵ e o marechal Raimundo José da Cunha Matos¹⁰⁶ –, apresentada à Sociedade Auxiliadora da Indústria Nacional, instituição equivalente à atual Federação das Indústrias. O Instituto contou com o patrocínio de D. Pedro II, recebendo financiamento para pesquisas e a prerrogativa de se instalar em uma sala no Paço Imperial, do Rio de Janeiro.

Segundo Fernandes (2010, p.5)

Na verdade, o grande objetivo dessa instituição de memória era construir a História da nação, recriar um passado homogêneo, solidificar mitos de fundação, ordenar fatos históricos, constituir a galeria dos "heróis nacionais", através do estudo, pesquisa e elaboração de biografias, capazes de fornecer às gerações futuras exemplos de civismo, patriotismo e devoção à Pátria.

Com o objetivo de obter colaborações para estabelecer uma historiografia brasileira, o IHGB promoveu um concurso no ano de 1840. O vencedor foi Karl Friedrich Philipp Von Martius, cientista alemão que viajou pelo Brasil entre 1817 e 1821, e apresentou o ensaio *Como se*

¹⁰⁵ Historiador, jornalista e orador sacro, diretor da Biblioteca Nacional.

¹⁰⁶ Militar e historiador luso-brasileiro, foi um dos fundadores do IHGB

*deve escrever a história do Brasil*¹⁰⁷. Além disso, o Instituto contava com a colaboração de membros efetivos estrangeiros, que pesquisavam nas bibliotecas da Europa documentos referentes ao Brasil, e os enviavam para compor o acervo da instituição. Desta forma, teve início a construção da História do Brasil, dentro dos moldes do IHGB e seus fundadores, valorizando a monarquia, a aristocracia rural e a nobreza.

As discussões acerca da preservação do patrimônio se estenderam ao longo dos anos e produziram algumas ações e proposições de projetos de lei (FERNANDES, 2010; DÓCIO, 2014; IPHAN, 1987, BRESSAN, 2017), descritas a seguir:

No ano de 1917, o IHGB da Bahia apresentava a proposta de José Wanderley de Araújo Pinho, propondo a criação da Comissão dos Monumentos e das Artes, em defesa da integridade dos bens arquitetônicos de valor histórico;

Em 1920, o presidente da Sociedade Brasileira de Belas Artes, professor Bruno Lobo, solicitou ao professor Alberto Childe¹⁰⁸, do Museu Nacional, a elaboração de um anteprojeto de lei que visasse a proteção do patrimônio histórico nacional. A ênfase era para o patrimônio arqueológico;

Em Pernambuco, no ano de 1923, o Deputado Luiz Cedro elaborou projeto para a criação da Inspetoria dos Monumentos Históricos dos Estados Unidos do Brasil;

Nos anos de 1924 o deputado mineiro Augusto de Lima criou projeto que visava impedir a saída de obras de arte tradicional brasileira do País;

Em 1925, Jair Lins, relator da comissão para propor medidas de defesa para os monumentos históricos de Minas Gerais, apresentou anteprojeto de lei federal para a proteção do patrimônio artístico;

Em 1927 foi criada a Inspetoria Estadual de Monumentos Nacionais, na Bahia;

No ano de 1928 foi criada a Inspetoria Estadual de Monumentos Nacionais, em Pernambuco;

Em 1929, o Deputado Federal gaúcho João Batista Luzardo apresenta proposta à Câmara dos Deputados para a formação de um conselho técnico para cuidar da conservação de Ouro Preto, identificando sítios, monumentos e construções a serem preservados como patrimônio

¹⁰⁷ Espécie de manual que deveria orientar a escrita da história do País. Nele, Von Martius sugere que se aborde a miscigenação dos três grupos étnicos: o europeu, o indígena e o africano, destacando, no entanto, a resistência à colonização portuguesa.

¹⁰⁸ Arqueólogo, filólogo e matemático russo, integrante da equipe do Museu Nacional, onde publicou diversos artigos sobre arqueologia, etnografia e egiptologia.

de Educação Nacional. Além disso, Luzardo indica nomeação de Ouro Preto como Monumento Nacional.

No ano de 1930, o deputado federal baiano, José Wanderley de Araújo Pinho, apresenta projeto de lei para a criação da Inspetoria de Defesa do Patrimônio Histórico-Artístico Nacional. A deflagração da Revolução de 1930 impediu a votação do projeto - deste e das propostas de Batista Luzardo - e sua implantação.

A partir do ano de 1930, a questão da identidade nacional passa a ser trabalhada de outra forma: a elaboração dos preceitos básicos dessa identidade conta agora com a construção de monumentos, a exemplo da estátua do Cristo Redentor, e a realização de eventos e comemorações cívicas que visam a unificação nacional.

Neste novo projeto pretende-se o resgate de “heróis nacionais”, locais e feitos admiráveis. Assim, seguindo a orientação de se reconhecer e destacar lugares e personalidades de importância histórica, é que o presidente Getúlio Vargas promulga o Decreto nº 22.928, em 12 de julho de 1933, elevando a cidade de Ouro Preto à categoria de Monumento Nacional.

A questão da preservação do patrimônio histórico agora já não está restrita aos salões da Europa, o Brasil avança em direção à institucionalização das instâncias de preservação, com a criação, em 1934, através do Decreto 24.735, da Inspetoria dos Monumentos Nacionais, sob a responsabilidade do diretor do Museu Histórico Nacional, Gustavo Barroso¹⁰⁹. Este órgão seria o encarregado pela preservação dos monumentos históricos e das obras de arte tradicionais do Brasil. Apesar de sua importância e pioneirismo, a Inspetoria teve vida curta: de 1934 a 1937.

No período de 1930-1945, Turismo, Propaganda e Patrimônio passaram a ser tratados como questões políticas, sendo submetidos a ações e tentativas de controle, organização e investimentos pelo Governo Vargas. O objetivo era transformá-los em ferramentas para dar suporte à criação de uma ideologia nacional, destacando a cultura brasileira e gerando uma visão favorável sobre o Brasil.

As ações voltadas ao Patrimônio vinham se estabelecendo sob o olhar atento de Vargas, desde 1933, com a já citada classificação de Ouro Preto como monumento nacional.

¹⁰⁹Gustavo Dodt Barroso (1888 -1959) - Advogado e jornalista, foi secretário-geral da Superintendência de Defesa da Borracha (1913); Deputado federal pelo Ceará (1915); Diretor da revista Fon-Fon (1917); Secretário da delegação brasileira à Conferência de Paz de Versalhes (1919); Diretor do Museu Histórico Nacional (1932).

Em 1934, a nova Constituição apresentava um artigo (art. 148) que destacava que “Cabe à União, Estados e Municípios proteger objetos de interesse histórico e o patrimônio artístico do País” (IPHAN, 1987).

É importante ressaltar que todas essas ações voltadas para o reconhecimento e valorização da cultura e da identidade nacional seguiam o mesmo roteiro determinado pelos governos totalitários estabelecidos na Europa, cuja influência era perceptível no período Vargas, antes mesmo do Estado Novo.

Dando continuidade ao projeto de instituição de uma identidade nacional, Gustavo Capanema, ministro da Educação e Saúde, solicita, em 1936, ao escritor e diretor do Departamento de Cultura da Prefeitura de São Paulo, Mário de Andrade, a elaboração de um projeto de lei para a criação de um órgão que se dedicasse à preservação do patrimônio, denominado inicialmente de Serviço do Patrimônio Artístico Nacional. No mesmo ano, Vargas autoriza o funcionamento do órgão, em caráter experimental, com a denominação de Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, sob a direção do jornalista Rodrigo de Melo Franco¹¹⁰.

O momento político conturbado adia a oficialização do SPHAN: somente em 30 de novembro de 1937 é expedido o Decreto lei nº 25, elaborado a partir do projeto de Mário de Andrade, que dispõe sobre a proteção ao patrimônio histórico e artístico nacional.

CAPÍTULO I

Do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

Artigo 1º - Constitui o patrimônio histórico e artístico nacional o conjunto de bens móveis e imóveis existentes no País e cuja conservação seja de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico. (BRASIL, 2015).

A partir de 1938, surgem ações que delineiam o apoio governamental à atividade turística, com a sugestão de Alzira Vargas de se unir o Serviço de Inquéritos Políticos e Sociais - SISP, coordenado por Filinto Muller, e o Departamento de Propaganda – DP, coordenado por Lourival Fontes, para se ordenar o turismo no Brasil. A partir dessa ideia, nasce o DIP, em 1939. (PEIXOTO, 1960, p.361)

No ano de 1940, entra em vigor o novo Código Penal, que prevê penalidades para os responsáveis por atentados ao patrimônio cultural. No ano seguinte, o decreto-lei 3.365 trata

¹¹⁰ Rodrigo Melo Franco de Andrade (1898-1969) - Jornalista, escritor e advogado, graduado pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Rio de Janeiro. Foi diretor (1926) da *Revista do Brasil*. Diretor do SPHAN de 1937 a 1967.

das desapropriações por utilidade pública, considerando desta forma a preservação de monumentos históricos e artísticos, a proteção de paisagens, além da conservação de documentos, arquivos e bens móveis de valor histórico e artístico.

No mês de novembro do mesmo ano, aprova-se o decreto-lei 3.866, que dá ao presidente da República a prerrogativa de cancelar tombamentos mediante interesse público. Por fim, o decreto-lei 8.534, aprovado em 1946, mas, certamente com trâmite iniciado ainda durante o Estado Novo, transforma o SPHAN em diretoria – DPHAN -, com 4 distritos de atuação: Recife, Salvador, Belo Horizonte e São Paulo.

Com este breve histórico acerca das ações relacionadas ao Patrimônio, percebe-se que o tema já estava em destaque, desde muito antes de Getúlio Vargas instituir o Estado Novo. As iniciativas ocorridas no Brasil aconteciam dentro de um contexto de discussões internacionais entre os países da América Latina: as Conferências Interamericanas ou Panamericanas, destacando-se as ocorridas nos anos de 1923 (Chile), 1928 (Cuba) e 1933 (Uruguai), em que, dentre tantos outros assuntos, abordava-se a questão da preservação patrimonial.

Guedes (2012, p.18), destaca: “[...] a questão cultural e, especificamente, a área da preservação tiveram nessas três Conferências as resoluções que mais influenciaram a institucionalização da questão da preservação no Brasil e nos países participantes”.

Segundo a autora, os assuntos referentes a questões culturais passaram a ser considerados como relevantes a partir da V Conferência Internacional Americana, realizada no Chile, em 1923. Dentre outros assuntos, a cooperação intelectual entre os países alcançou resultado exitoso, como se pode constatar no telegrama enviado por Afrânio de Mello Franco ao Ministério das Relações Exteriores, em cinco de maio de 1923.

A Conferência votou várias proposições que significaram um grande adiantamento no sentido da mais estreita vinculação intelectual científica e literária entre os diversos povos da América. A Comissão aceitou igualmente o projeto apresentado [...] determinando regras de procedimento para o cuidado da preservação e restauração dos monumentos e documentos e tudo quanto possa servir de base para o estudo da história americana. (Op.cit, p.25)

A VI Conferência, realizada em Cuba em 1928, trouxe como resultados efetivos a criação de dois institutos voltados para a cooperação intelectual e a preservação do patrimônio: o Instituto Pan-Americano de Geografia e História – IPGH, e o Instituto Americano de Cooperação Intelectual; o primeiro com sede no México, e o último, em Cuba.

A atuação do Brasil, certamente contribuiu para que o entendimento sobre o tema se fortalecesse no País. José Carlos de Macedo Soares, ministro de Relações Exteriores (1934-1937) foi presidente do IPGH entre 1946 e 1950; Conde de Affonso Celso¹¹¹ foi vice-presidente entre 1932 a 1938; e Oswaldo Aranha, foi vice-presidente do Instituto entre 1938 e 1946, coincidindo esse período com a maior parte do tempo em que estava à frente do Ministério de Relações Exteriores.

A VII Conferência aconteceu em Montevideu no ano de 1933. Nela foram estabelecidas resoluções sobre o intercâmbio de obras de arte, questões sobre bibliografia americana e a proteção a monumentos, assim como recomendações para que fossem criados cursos que promovessem o entendimento sobre a importância e a necessidade de se preservar monumentos arqueológicos, proteger os direitos literários e artísticos das Nações e a criação de bibliotecas pan-americanas. (GUEDES, 2012)

A participação efetiva do Brasil nessas conferências despertava a percepção do Governo sobre a importância de se integrar a esse movimento e se fortalecer junto às Nações presentes. Nesse contexto é lançada a semente que viria a frutificar no I Congresso do IPGH, no Rio de Janeiro, em 1932, quando, após o evento foi promovida uma visita à cidade histórica de Ouro Preto, Minas Gerais, e daí surgiu novamente a proposta para alçá-la à condição de monumento nacional. A recomendação, feita por Gastão Penalva¹¹² e aprovada pelos congressistas, objetivava a proteção e a preservação da cidade histórica.

Ao retornarem da excursão, o grupo foi recebido por representantes dos Governos Estadual e Federal e foram dados os devidos encaminhamentos, conforme relata Guedes (2012, p.35):

A proposição de dar a Ouro Preto o título de Monumento Nacional, foi encaminhada ao Congresso Nacional e aprovada no mesmo ano, tornando-se um marco decisivo para o desenvolvimento das questões relacionadas à proteção e conservação dos bens culturais.

A despeito disso, é Vargas quem endossa a organização e, de certo modo, a sistematização das ações e interpretações sobre o Patrimônio no Brasil, depreendendo sua importância, não apenas cultural, mas política e ideológica.

A enumeração de fatos e iniciativas políticas para a organização das atividades relacionadas ao patrimônio no Brasil não podem ser analisadas isoladamente. É preciso que se tenha em

¹¹¹ Afonso Celso de Assis Figueiredo – Jornalista, advogado e professor; Presidente da Academia Brasileira de Letras (1925-1935).

¹¹² Sebastião Fernandes de Sousa - Gastão Penalva – (1887-1944) – Militar e escritor, um dos fundadores do Instituto Histórico de Ouro Preto em 1931

mente o universo em que ocorreram tais eventos. Contextualizar alguns momentos que acompanharam estas ações, ao menos a partir da segunda década do século XX, certamente dará uma noção da efervescência cultural que ocorria no País, dentre as quais destaca-se o Movimento Modernista.

A década de 1920 foi, certamente, testemunha de movimentos sociais, políticos e culturais das mais variadas facetas. No Brasil, o ano de 1922 trouxe o evento de comemoração pelo centenário da Independência, momento em que haveria uma exposição, denominada de Exposição Universal do Rio de Janeiro, com a visita aos pavilhões – construídos para o evento e considerados pela imprensa como "deslumbrantes monumentos arquitetônicos". Dos pavilhões da exposição, 15 eram estrangeiros. A Exposição permaneceu aberta até o ano de 1923 e contou com cerca de 10 mil expositores.

Velloso (1997, p.02) aponta que

Na década de 20, quando se fazem sentir os efeitos críticos do pós-guerra, com a derrocada do mito cientificista, o ideal cosmopolita de desenvolvimento cede lugar ao credo nacionalista. A busca de nossas raízes, o ideal de brasilidade, passam, então, a construir o foco das preocupações intelectuais.

Neste mesmo período o Brasil recebe a Semana de Arte Moderna, a partir da qual tomou impulso o Movimento Modernista do Brasil. Nela estavam presentes artistas que se tornariam ícones da cultura e da arte nacional, tais como: Di Cavalcanti¹¹³, Anita Malfatti¹¹⁴, Lasar Segall¹¹⁵ como pintores; Oswald de Andrade, Menotti Del Picchia¹¹⁶, Graça Aranha¹¹⁷, Guilherme de Almeida¹¹⁸, Plínio Salgado¹¹⁹ como escritores. O evento contou, ainda, com a

¹¹³ Emiliano Augusto Cavalcanti de Albuquerque e Melo, pintor modernista, caricaturista e ilustrador brasileiro. Abordava temas sócias brasileiros, mostrando favelas, festas populares e operários.

¹¹⁴ Pintora e desenhista brasileira, estudou artes nos Estados unidos e na Alemanha. Participou da Semana de Arte Moderna de 1922, integrando o Grupo dos Cinco (Mário e Oswald de Andrade, Tarsila do Amaral e Menotti Del Picchia)

¹¹⁵ Pintor, escultor e gravurista judeu lituano, integrante do Movimento Modernista.

¹¹⁶ Escritor, jornalista, advogado, tabelião e político brasileiro, foi um dos articuladores da Semana de Arte Moderna de 1922. Entre 1926 a 1962 foi deputado estadual e deputado federal por São Paulo. Diretor dos jornais Diário da Noite, e A Noite, liderava também o Serviço de Publicidade e Propaganda do Estado de São Paulo (1938).

¹¹⁷ Bacharel em Direito, escritor e diplomata brasileiro, integrante do Movimento Modernista.

¹¹⁸ Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade de São Paulo, redator de O Estado de São Paulo, diretor da Folha da Manhã e da Folha da Noite, fundador do Jornal de São Paulo e redator do Diário de São Paulo. Era membro da Academia Paulista de Letras e do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo.

¹¹⁹ Jornalista, opositor de Vargas, filiou-se ao movimento Verde-Amarelo, a vertente nacionalista do modernismo. Fundador da Sociedade de Estudos Políticos, que reunia intelectuais simpatizantes do fascismo. Fundador da Ação Integralista Brasileira – AIB, inspirada no fascismo italiano.

participação efetiva dos músicos Heitor Villa-Lobos¹²⁰, Guiomar Novaes¹²¹ e Ernani Braga¹²². Como arquiteto e escultor, respectivamente, participaram Antônio Moya¹²³ e Victor Brecheret¹²⁴.

A efervescência artística, somada à intensa movimentação política mundial, decorrente do fim da Primeira Grande Guerra, teve vazão com a publicação de inúmeras revistas e manifestos, dos quais pode-se destacar: Revista Klaxon, com a colaboração de Mário e Oswald de Andrade, Manuel Bandeira¹²⁵ e Sérgio Milliet¹²⁶; a Revista de Antropofagia, publicada em 1928, era dirigida por Antônio de Alcântara Machado¹²⁷. A Revista Estética, publicada em 1924, era dirigida por Prudente de Moraes Neto¹²⁸. Cecília Meireles¹²⁹ colaborou com a publicação de a Festa (1927), com a organização de Tasso da Silveira¹³⁰ e Andrade Murici¹³¹ (Figuras 52 a 54). Muitos destes nomes circularam com certa desenvoltura pelas instituições ligadas ao Estado Novo, deixando entrever a relação próxima entre a ideologia política do

¹²⁰ Maestro e compositor brasileiro, considerado um expoente da música erudita no Brasil. Durante a ditadura do Estado Novo (1937-1945), foi secretário de Educação Musical, fundador e presidente da Academia Brasileira de Música.

¹²¹ Pianista brasileira, divulgava a música brasileira no exterior, participou da Semana de Arte Moderna.

¹²² Pianista brasileiro, professor e maestro, fundador do Conservatório de Recife, participou da Semana de Arte Moderna.

¹²³ Desenhista e arquiteto espanhol, radicado no Brasil, apresentou 18 trabalhos durante a Semana de Arte Moderna de 1922. Era chamado de “o poeta da pedra” por Menotti del Picchia.

¹²⁴ Escultor italiano, representante da Arte Moderna no Brasil, autor do Monumento às Bandeiras, no Parque Ibirapuera. Participou da Semana de Arte Moderna com 20 esculturas.

¹²⁵ Poeta brasileiro, professor de Literatura, crítico literário e crítico de arte, colaborador da revista modernista Klaxon, professor de Literatura do Colégio Pedro II. Membro da Academia Brasileira de Letras, professor de Literatura Hispano-Americana da Faculdade Nacional de Filosofia.

¹²⁶ Escritor, pintor, poeta, crítico de arte e de literatura, sociólogo e tradutor brasileiro, participou da Semana de Arte Moderna.

¹²⁷ Bacharel em Direito e escritor brasileiro, em 1929, junto com Oswald de Andrade, fundou a Revista de Antropofagia. Em 1931 dirigiu a Revista Hora, com Mário de Andrade.

¹²⁸ Escritor, crítico literário, jurista e professor. Redator de *A Província* (PE); trabalhou nos jornais *Diário de Notícias*, *Folha Carioca*, *Diário Carioca*, dirigiu a sucursal de *O Estado de São Paulo*, colaborou em *O Globo*; *Jornal do Brasil* e *Tribuna da Imprensa*. Presidente da ABI-Associação Brasileira de Imprensa, em 1975; fundador da revista *Estética*, em 1924, com Sergio Buarque de Holanda.

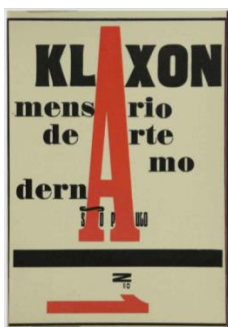
¹²⁹ Poetisa, pintora, professora e jornalista brasileira, teve mais de 50 obras publicadas. Colaborou na imprensa carioca escrevendo sobre folclore. Fundou a primeira biblioteca infantil no Rio de Janeiro professora na Universidade do Distrito Federal e na Universidade do Texas. . Sócia honorária do Real Gabinete Português de Leitura do Rio de Janeiro

¹³⁰ Escritor e bacharel em Direito, funda e é diretor das revistas *Os Novos*, *Árvore Nova*, *Terra do Sol*, com Álvaro Pinto, *América Latina*, com Andrade Muricy e *Cadernos da Hora Presente*, com Rui de Arruda. Colabora nos jornais *O Momento*, *Rio-Jornal*, *A Manhã* e na *Revista Sul-Americana*. É secretário dos jornais *Diário da Tarde* e *O Estado* e redator do *Diário da Manhã*. Elege-se deputado estadual em Curitiba PR, em 1930. É professor na Universidade Católica e de Literatura Brasileira no Instituto Santa Úrsula, no Rio de Janeiro.

¹³¹ Crítico musical e literário brasileiro, fundou a revista *Festa* e assumiu a crítica musical do *Jornal do Comércio*. Professor do Conservatório de Canto Orfeônico, do Conservatório Brasileiro de Música e da Escola de Música Sacra, diretor do Theatro Municipal do Rio de Janeiro e presidente da Academia Brasileira de Música, em 1959.

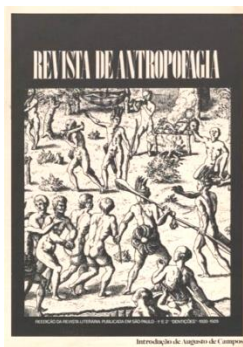
momento e a do Modernismo. As ideias nacionalistas que estruturavam o Movimento Modernista foram o ponto de partida para essa aproximação.

Figura 52: Klaxon, nº1



Fonte: Unversia. Disponível em: <<http://noticias.universia.com.br/net/files/2017/2/16/klaxon-mensario-de-arte-moderna-n-1.pdf>>. Acesso em: 15 de maio de 2018

Figura 53: Antropofagia, nº1



Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=416410&PagFis=1&Pesq=>>>. Acesso em: 15 de maio de 2018

Figura 54: Estética, nº.1



Fonte: Lab. Pensamento Social. Disponível em: <<https://laboratoriodepensamentosocial.files.wordpress.com/2011/11/estetica-1>>. Acesso em: maio 2018

Dentre os elementos causadores da efervescência ocorrida nos anos de 1920, está a chegada de imigrantes europeus, atraídos pelo crescimento das lavouras de café, vindos à procura de melhores condições de vida. O Brasil recebera imigrantes não só da Europa, mas também do Japão, Síria e Líbano, e este acolhimento seria de grande importância para a economia, a cultura e a política do País.

Politicamente, pode-se destacar a fundação do Partido Comunista do Brasil, em 1922, a Coluna Prestes, em 1923, o Movimento Tenentista e a ação dos 18 do Forte, como eventos políticos significativos que, somados a outros fatores, culminaram com a Revolução de 1930, que traria Getúlio Vargas ao poder no Brasil.

Em meio a estes acontecimentos, questões relacionadas ao patrimônio e sua preservação começaram a ganhar corpo, despertando o interesse de deputados e senadores da República, além de membros da sociedade civil, que passaram a elaborar propostas e projetos de lei que atendessem às demandas referentes ao tema.

As ações relacionadas à atividade turística também começaram a se estruturar, levando em consideração as possibilidades de negócios entre o Brasil e outros países. Este movimento pode ser percebido por meio da correspondência de Oswaldo Aranha, ministro de Relações Exteriores do governo Vargas, e empresários, membros do *Touring Club* do Brasil, do *Club*

Las Tres Americas, entre outros, que apresentavam a necessidade de se estruturar a atividade turística no país, de maneira e viabilizar a vinda dos norte-americanos e a realização de negócios decorrentes dessa aproximação.

6.3 Ouro Preto: os primeiros momentos da preservação

No início do século XX, o Brasil enfrentava momentos turbulentos marcados pelos processos de imigração europeia, da urbanização das cidades da região Sudeste, além da ascensão das elites industriais. Dentre outros fatores que contribuíram para este quadro estavam também o surgimento de escolas para imigrantes e a disputa de poder entre o governo federal e as oligarquias regionais, fato este que findou por propiciar a Revolução de 1930. Destaca-se também o modernismo de 1922, com seus questionamentos e empenhos por uma recriação do Brasil. (MAGALHÃES, 2009, p.37).

É neste período que passa a ter certa visibilidade a preocupação com o patrimônio histórico nacional no Brasil. Consta-se que a classificação de Ouro Preto como monumento nacional, digna de preservação e reconhecimento internacional, em 1933, e a criação do Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - SPHAN - em 1937 (depois Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional -IPHAN -, em 1938) foram momentos fortes nesta primeira metade do século XX.

A escolha de Ouro Preto como monumento nacional teve em si um caráter simbólico, apoiado nos personagens históricos – os inconfidentes – que consagraram a cidade como altar da formação nacional (CAMARGO, 2002, p. 84). Este caráter de epopeia foi adotado na reorganização do Estado durante a ditadura Vargas. Nesse período, percebe-se a apropriação do patrimônio para dar suporte à implantação dos princípios varguistas no Brasil. Desta forma, os preceitos de ordem, tradição e religião são largamente manipulados pelo Estado.

É neste cenário que se estabelece, claramente, a utilização do Patrimônio como atrativo turístico. Diversas medidas são adotadas para se divulgar a “identidade nacional” dentro e fora do País. A responsabilidade estava nas mãos do Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP, que se encarregava de divulgar o que os turistas deveriam ver no Brasil. Por exemplo,

dentre suas muitas publicações, o DIP editou e distribuiu a *Travel in Brazil*¹³², entre 1941 e 1944, com a intenção de atrair turistas internacionais.

A mesma preocupação com a divulgação da identidade nacional, as riquezas do País, a natureza exuberante e um povo acolhedor e hospitaleiro – conceitos forjados nesta primeira metade do século XX –, reflete-se na busca pela identidade nacional que ocorreu, segundo Chauí (2000), entre o fim da Primeira Guerra – 1918 – e os anos de 1970, quando a política estava vinculada ao populismo e ao nacional desenvolvimentismo. Havia a afirmação da Nação, como espaço único, em detrimento do federalismo. Os esforços se voltavam para o culto aos símbolos nacionais, inclusive o patrimônio, e para a tentativa de se massificar culturalmente este novo ideal de Nação. (MAGALHÃES, 2009, p.38). É também neste momento que as escolas de samba passam a ser obrigadas a incluir em seus enredos, temas nacionais.

No início do século XX, logo após perder seu status de sede do governo de Minas Gerais, Ouro Preto enfrentava o esvaziamento, o abandono e todos os prejuízos provenientes deste novo cenário. Abalada a sua economia, a cidade apresentava um decréscimo de quase metade de sua população. Esse revés em sua história foi, no entanto, o fator que propiciou o reconhecimento de sua importância na cultura nacional, o que, lentamente a colocou sob os olhares atentos de intelectuais e políticos brasileiros, e possibilitou o caminho para sua preservação.

As tentativas de recolocá-la em seu lugar de destaque, foram desde diversos artigos publicados nos jornais mineiros, até ações em âmbito estadual e municipal. Segundo Natal (2007), datam de 1890 as primeiras atitudes documentadas em relação à valorização histórica de Ouro Preto. Em 1893 foi inaugurado o monumento em homenagem a Tiradentes, devidamente alçado ao lugar de “herói nacional”. No entanto, alguns anos se passaram até que uma ação efetiva trouxesse de volta à cidade o prestígio e a valorização dos tempos passados: em 1911, ao completar 200 anos, a cidade foi palco de eventos comemorativos que contaram com o apoio do congresso mineiro, da câmara municipal, do Governo do Estado e da Prefeitura. Houve então a preparação da cidade para o grande evento, com reparos e pinturas em casas e prédios, nas ruas e calçadas.

¹³² Periódico direcionado ao público estrangeiro, contou com 07 edições, entre 1941 e 1944. Passou a circular em 1944 com o título de *This is Brazil*. Entre seus colaboradores estavam Cecília Meireles, que assinou o editorial do primeiro número, Mário de Andrade, Menotti del Picchia, Tasso da Silveira, José Lins do Rego, Paulo Rónai e Sérgio Buarque de Holanda. (LUCA, 2001)

Ouro Preto, em festa, recebeu representantes políticos de renome, a imprensa e altos funcionários de toda parte do Estado. O grande número de visitantes ocupou todas as hospedarias, pensões e pousadas, sendo necessário recorrer a casas particulares para acolher a todos. Foram três dias de celebrações (Figura 55) que ressaltaram a importância de se manter viva parte da história do País.

Figura 55: Comemoração do bicentenário de Villa Rica/Ouro Preto, 1911.



Fonte: Jornal O Liberal. Disponível em: <<http://www.jornaloliberal.net/noticia/ouro-preto-resgata-livro-historico-nos-300-anos/>>. Acesso em 7 jul 2015

Após a comemoração do bicentenário da cidade, Ouro Preto passou novamente a despertar interesses, desta vez, de intelectuais, escritores, jornalistas. Alguns por curiosidade, outros por motivos políticos, ou, ainda, com interesses específicos, como foi o caso de Mário de Andrade, Olavo Bilac, Amaro Lima, Afonso Arinos, dentre tantos outros.

Os esforços da população para ressaltar e preservar as belezas e a história da antiga Vila Rica, e o encantamento dos visitantes – muitas vezes demonstrados em artigos de jornal e revistas, começaram a dar visibilidade à antiga capital do Estado de Minas Gerais.

6.3.1 Ouro Preto durante o Governo Vargas

No dia 12 de julho de 1933, Ouro Preto voltou a ocupar lugar de destaque no cenário nacional, desta vez, com o Decreto Federal nº 22.928, que elevava a cidade ao status de monumento nacional. Seguido a este decreto vieram novas comemorações, com a presença do

ministro da Marinha, almirante Protógenes Guimarães¹³³, representando o presidente Getúlio Vargas.

Durante o Estado Novo, em 1938, a cidade foi tombada pelo SPHAN por seu conjunto urbanístico e arquitetônico. (V. Figura 56)

Figura 56: Comemoração pela elevação de Ouro Preto ao status de Cidade Monumento Nacional, Praça Tiradentes, em 13 de julho de 1933.



Fonte: Jornal O Liberal. Disponível em: <<http://www.jornaloliberal.net/noticia/ouro-preto-resgata-livro-historico-nos-300-anos/>>. Acesso em 7 jul 2015

Segundo Camargo (2002), a aclamação da cidade de Ouro Preto como monumento nacional foi emblemática: fundamentava-se em sua importância histórica, artística e arquitetônica, e em seus personagens, que a legitimavam como berço da liberdade e altar da formação nacional. Apesar da ideia corrente de que a escolha de Ouro Preto, assim como a elaboração conceitual do que seria patrimônio no Brasil, tenha se dado por critérios predominantemente estéticos, teoria esta evidenciada pela forte presença de arquitetos e pela

¹³³ Protógenes Pereira Guimarães – Florianópolis, 1876/Niterói, 1938. Militar da Marinha, foi diretor da Escola de Aviação, comandante da Flotilha de Aviões de Guerra, e diretor da Primeira Categoria da Reserva Naval, sendo promovido a capitão-de-fragata em dezembro de 1917. No Governo Vargas, tomou posse como diretor-geral da Aeronáutica, permanecendo no cargo até junho de 1931. Nesse momento, foi nomeado Ministro da Marinha, recebendo a pasta do vice-almirante Conrado Heck. Em 1935 foi eleito governador do Rio de Janeiro, ficando no posto até a instauração do Estado Novo, em 1937. Fonte: Dicionário Histórico Biográfico Brasileiro pós 1930. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2001

ausência de historiadores nos quadros do SPHAN, outros olhares se destacam em direção contrária.

Sobre isso, Ribeiro (2011, p. 232) revela que: “O próprio Lúcio Costa opunha-se ao envolvimento de historiadores nesse trabalho institucional de conhecimento do patrimônio cultural brasileiro, para não onerar, com tempo demasiado, o aprofundamento de pesquisas sobre o patrimônio cultural brasileiro”. Porém, as inúmeras situações de conflito entre os adeptos dos movimentos moderno e neocolonial, pelo controle de instituições federais responsáveis pela preservação do patrimônio nacional (CONDURU, 2011, p.139), e mesmo anteriores à existência das referidas instituições, demonstram a prevalência do caráter político, ainda que associado às questões técnicas.

D’Alessio (2011:83) destaca que

Uma das faces mais visíveis da relação nação/preservação é o uso do passado feito pelos Estados nacionais com vistas à legitimação de seus respectivos projetos políticos. Decorre daí a tônica bastante nacionalista das instituições patrimoniais surgidas nos séculos XIX e início do século XX em vários países ocidentais.

Dias e Lima (2011) ressaltam um aspecto da questão da demanda pela identidade nacional, que corrobora com a feição política da escolha de Ouro Preto como monumento nacional por Getúlio Vargas. Na luta contra o regionalismo e o estabelecimento de um elemento agregador no País, observa-se que: “Definir uma cultura autenticamente brasileira significou construir um acervo, um patrimônio, reconhecido como emblema e componente do que Benedict Anderson (1991) denominou de “comunidade nacional imaginada””. (DIAS; LIMA, 2001, p.202).

Associadas a estes fatos, tem-se, ainda, as seguintes questões: a impossibilidade de se desconhecer o valor histórico, cultural e político de Ouro Preto, a despeito de ter deixado de ser a capital do Estado; os relatos de intelectuais acerca da importância histórica da antiga Vila Rica de Nossa Senhora do Pilar de Ouro Preto para a identidade nacional, além de suas ligações afetivas com a cidade, a ver Olavo Bilac, Manuel Bandeira, Afonso Arinos, Alceu de Amoroso Lima, Cesário Alvim, Mário de Andrade, dentre tantos outros.

Braga (2010) aponta que a valorização de Ouro Preto teve início com a perda da sua função política, fato este decorrente da transferência da capital do Estado para Belo Horizonte, no final do século XIX. O novo status foi se estabelecendo com a ajuda dos inúmeros intelectuais que por lá passaram neste período. Toma-se como exemplo as impressões de Olavo Bilac,

publicadas em jornais e livros, exaltando a importância da antiga capital mineira, reconhecendo-a, entre outras coisas, como berço da liberdade. Bilac (1893, p.13) ressalta que: “Vir a Minas é vir ao coração do Brasil. Porque nesta terra, perdura religiosamente conservada, a recordação dos primeiros brasileiros”.

Reforçando o sentimento já existente acerca do forte impacto que Ouro Preto provocava em seus visitantes e, ainda, sobre a questão da identidade nacional e a necessidade de resgate e preservação dos valores locais, Dimas (2003), referindo-se a Bilac, revela que:

Plenamente enquadrado na noção da cidade que vicia em oposição ao campo que tonifica, o jornalista acrescenta a esse mito um outro, aquele que reserva ao campo o dom da revitalização nacionalista, o dom da redescoberta das raízes nacionais que no litoral se deterioravam por causa do invasionismo estrangeiro. Em suma, o campo restabelece não só as forças físicas como também as cívicas. Segundo ele, longe do burburinho da cidade grande e litorânea, descaracterizada pelas levadas incessantes de emigrantes estrangeiros que chegam e a deformam e onde o espírito vai perdendo a consciência da nacionalidade, encontra-se o ar puro que faz bem aos pulmões e que se mistura com as manifestações mais autênticas de nossa nacionalidade. (DIMAS, 2003, s.p.)

Os valores históricos ali representados causaram fortes impressões nos jovens intelectuais brasileiros: em 1916 Alceu Amoroso Lima¹³⁴ vai pela primeira vez à cidade, acompanhado de Rodrigo de Mello Franco¹³⁵; em 1919 foi a vez de Mário de Andrade¹³⁶; em 1924, Oswald de Andrade¹³⁷ e sua excursão modernistas, com a companhia de Blaise Cendrars¹³⁸, Tarsila do Amaral¹³⁹ e Mário de Andrade; em 1936, Afonso Arinos de Mello Franco¹⁴⁰ e Pedro Nava¹⁴¹ fazem sua viagem de reconhecimento. Logo em seguida, Arinos profere a conferência “Inconfidência Mineira, origens e tendências ideológicas”, no Instituto Histórico e Geográfico

¹³⁴ Advogado, escritor, professor, crítico literário, fundador do Centro Dom Vital, núcleo de difusão do catolicismo. Participou da fundação da Liga Eleitoral Católica – LEC, em 1933. Intelectual de prestígio, adotava o pseudônimo de Tristão de Ataíde.

¹³⁵ Advogado, jornalista e escritor mineiro. Foi redator-chefe (1924) e diretor (1926) da *Revista do Brasil*, Ministro da Educação e Saúde Pública, diretor do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), desde sua fundação até 1968.

¹³⁶ Escritor, crítico literário, musicólogo, folclorista, foi um dos organizadores da Semana de Arte Moderna (1922). Fundou o Departamento Municipal de Cultura de São Paulo (1935), a Sociedade de Etnografia e Folclore de São Paulo (1937) e a Associação Brasileira de Escritores - ABRE (1942). Elaborou projeto para criação do SPHAN, no âmbito do Ministério da Educação e Saúde.

¹³⁷ Jornalista e advogado, um dos grandes nomes do Movimento Modernista.

¹³⁸ Escritor e novelista suíço, de nome Frédéric Louis Sauser, adotou o Brasil em 1920, influenciando integrantes do movimento modernista.

¹³⁹ Pintora e desenhista brasileira, integrante do Movimento Modernista, adotou em sua carreira a abordagem dos temas sociais.

¹⁴⁰ Jurista, historiador, ensaísta, crítico literário, professor, historiador e político mineiro.

¹⁴¹ Médico, historiador, escritor e memorialista mineiro, autor de diversas obras, nas quais traçou um panorama da cultura brasileira no século XX.

Brasileiro - IHGB, destacando que a Inconfidência representava o momento fundador da nossa tradição republicana. (BRAGA, 2010, p. 207).

Em meio a este processo de reconhecimento da importância de Ouro Preto, pela sua história, o prefeito João Velloso¹⁴², por meio de decreto, adota o antigo brasão de armas da cidade como timbre, a ser usado em documentos oficiais. No decreto municipal nº 11, de 31 de agosto de 1931, estão presentes a ideia de preservação e o reconhecimento de valores, por intermédio de expressões como: “raras tradições”; “honrosas tradições”; “digna de relevos, admiração e carinho”; “símbolo de energia e virtude”.

A defesa do patrimônio histórico de Ouro Preto passou a ser percebida por meio de ações efetivas, quando João Velloso, pelos Decretos 12 e 13, de 1931, reconheceu o Instituto Histórico de Ouro Preto como de utilidade pública, e estabeleceu a obrigatoriedade de se manter o “tipo colonial” nas edificações do perímetro urbano.

Observa-se que a exaltação desta cidade barroca não aconteceu repentinamente, mas, ao contrário, percorreu um longo caminho até ser elevada à categoria de cidade-monumento pela Inspeção de Monumentos Nacionais do Museu Histórico Nacional (1933), sob a direção do advogado, escritor e jornalista Gustavo Dodt Barroso¹⁴³. Ressalta-se, também, a importância dada pelo presidente Getúlio Vargas aos aspectos históricos e culturais reunidos e mantidos na cidade.

Aqui, em Ouro Preto, se condensam todas as tradições nacionais, como um patrimônio vivo da nossa história. Na contemplação das suas fases históricas, a partir da era do Descobrimento, nós desvendamos, através dos seus relevos típicos, o período colonial: a catequese, a mineração, as bandeiras e a Inconfidência, que constituiu o passo decisivo da formação da nossa nacionalidade. (VARGAS, 1938)¹⁴⁴

Questiona-se se a necessidade de se atender a algumas das vertentes nacionalistas estabelecidas no País, como os nacionalistas católicos, que contavam com a atuação do

¹⁴² Professor da tradicional Escola de Farmácia de Ouro Preto, prefeito da cidade, em 1931 proíbe a realização de construções que alterem o estilo arquitetônico predominante na cidade.

¹⁴³ Diplomata, advogado, escritor, professor, museólogo, folclorista e político brasileiro, foi um dos ideólogos da Ação Integralista Brasileira. Diretor da revista Fon-Fon (a partir de 1916); deputado federal pelo Ceará (1915 a 1918); secretário da Delegação Brasileira à Conferência da Paz de Venezuela (1918-1919); Fundador e diretor do Museu Histórico Nacional.

¹⁴⁴ Trecho de discurso realizado pelo então Presidente Getúlio Vargas, em 1 de julho de 1938, localizado em: <<http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/getulio-vargas/discursos-1/1938/13.pdf/> download>. Acesso em: 5 jul. 2015

Cardeal Leme¹⁴⁵, organizador da Liga Eleitoral Católica - LEC para pressionar o governo, não teria contribuído para a escolha da antiga capital de Minas Gerais, cidade católica, repleta de igrejas e de tradições, como monumento nacional. A esse respeito Fausto (2012, p.186) afirma que

Uma importante base de apoio do governo foi a Igreja Católica. A colaboração entre a Igreja e o Estado não era nova, datando dos anos 20, especialmente a partir da presidência de Artur Bernardes. Agora ela se tornava mais estreita. Marco simbólico da colaboração foi a inauguração da estátua do Cristo Redentor no Corcovado, a 12 de outubro de 1931 - data do descobrimento da América.

A Igreja levou a massa da população católica ao apoio do novo governo. Este, em troca, tomou medidas importantes em seu favor, destacando-se um decreto de abril de 1931 que permitiu o ensino da religião nas escolas públicas. (FAUSTO, 2012, p.186)

Em meio a tantas possibilidades, há um fato que permite poucos questionamentos: a chamada cidade-monumento não fora escolhida por capricho. É este o ponto de partida para se compreender a relação Patrimônio/Turismo no Brasil Varguista, em que se almejava o engrandecimento da história, da cultura, dos valores do Brasil.

Percebe-se, diante do exposto, a utilização do patrimônio como elemento sustentador de uma tão desejada identidade nacional. Ele dava suporte, alimentava e justificava a implantação dos princípios varguistas, principalmente do nacionalismo. A sociedade brasileira de então, passou a ser ancorada pelos valores de religião, ordem e tradição, manipulados pelo Estado.

O patrimônio como atrativo turístico serviu para reforçar a recém-elaborada identidade nacional e difundi-la para brasileiros e estrangeiros. As ferramentas para a divulgação destes elementos estavam sob a responsabilidade do DIP, que definia e determinava o que podia e o que deveria, ou não, ser conhecido pelos visitantes. A partir disso, por meio da propaganda institucional, publicações de livros e revistas, músicas e filmes de essência nacionalista, divulgou-se o que o Brasil tinha de melhor: suas riquezas, suas paisagens e seu povo cordato e hospitaleiro.

Para reforçar a unidade política do País, que se afirmava como Nação – espaço único – e sob o mesmo comando, adotava-se o controle sobre a educação e a cultura de maneira geral, impondo-se o culto aos símbolos nacionais, e massificando-se a música, a literatura, a poesia, cujo tema central fosse o Brasil, sua história, sua identidade. Neste momento, cria-se a União

¹⁴⁵ Arcebispo de Olinda e Recife, Arcebispo do Rio de Janeiro, negociou com Vargas a implantação do ensino religioso nas escolas do Brasil. Fundador da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, teve participação ativa na Revolução de 1930 como conciliador junto ao presidente Washington Luís.

das Escolas de Samba, há a oficialização dos desfiles carnavalescos (1935), e a obrigatoriedade de sambas-enredo com temas nacionais (FERNANDES, 2012).

Portanto, pretendendo construir uma imagem promissora junto à população e obter a atenção de visitantes e investidores estrangeiros, o Governo Vargas investiu no desenvolvimento do turismo, objetivando “combater o comunismo e sedimentar a imagem do presidente da República como democrata e pai dos pobres”. (SANTOS FILHO, 2007).

A partir de então, surgiu a orientação governista para realização de eventos comemorativos, dando especial atenção aos relacionados às classes trabalhadoras. O objetivo era despertar o espírito nacionalista na população, evitando o ressurgimento de movimentos separatistas, a exemplo da Revolução Constitucionalista deflagrada em São Paulo, em julho de 1932. Havia, ainda, o ranço dos movimentos contrários aos atos do Governo Vargas, não necessariamente separatistas, mas de rechaço ao centralismo imposto pelo Governo Federal, seja por incompatibilidade ideológica com os grupos revoltosos, seja por perda de poderes políticos e econômicos regionais: como a Concentração Autonomista na Bahia (1932 a 1937), e a Intentona Comunista (1935) (ANDRADE, 1999). A unidade nacional – físico-territorial e identitária – era de reconhecida importância para a estabilidade governista.

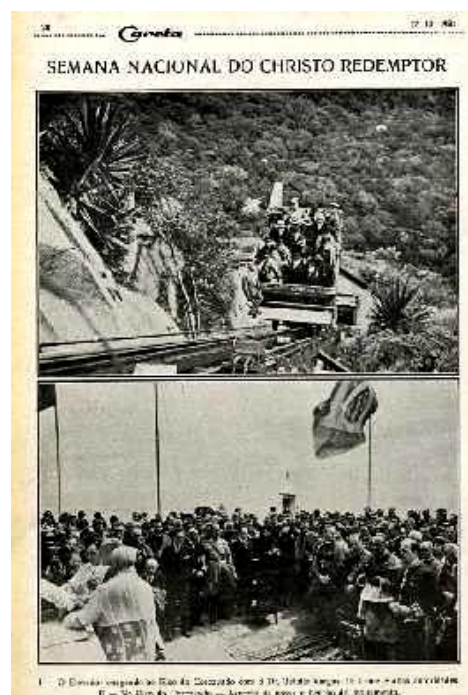
Eventos de diversos tipos compuseram esforços para a criação de um escopo de informações nacionalistas: comemorações em estádios de futebol, praças públicas, escolas, a divulgação do País no exterior através de produção literária, inauguração do Cristo Redentor em 1931 (Ver Figuras 57 e 58), além da presença de atrizes estrangeiras, oficialmente convidadas para conhecer e desfrutar do carnaval carioca.

Figura 57: Cristo Redentor



Legenda da foto: Inaugurado no dia 12 do corrente no
Corcovado

Figura 58: Inauguração do Cristo Redentor.



Legenda da foto: I – O elevador chegando ao
Corcovado com o Dr. Getúlio Vargas, D. Leme e
altas autoridades; II – No Pico do Corcovado –
Aspecto da missa e bênção do monumento.

Fonte: Revista Careta¹⁴⁶, 1931. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pasta=ano%20193&pesq=Cristo%20Redentor>>
. Acesso em: 20 abril 2015

Dentre a extensa lista de eventos organizados e realizados pelo DIP durante o período do Estado Novo, Santos Filho (2007) apresenta alguns exemplos de solenidades, festejos e comemorações realizados à época, destacando que tinham como público-alvo a classe trabalhadora: apresentação de bandas militares em logradouros públicos; concertos da Orquestra Sinfônica do Teatro Municipal; exposições de pintura; festa infantil na Quinta da Boa Vista em comemoração ao aniversário do Presidente Vargas; filmagem da festa dos pescadores em Paquetá; missa campal em comemoração à entrada do Brasil na Guerra; festa infantil pela Semana da Pátria, com condução, merenda e divertimento assegurados pelo DIP. A despeito da intenção de promover confraternizações com esta classe, em especial, o Governo o fazia, também, ao se dirigir a crianças e idosos, por meio de atividades específicas, tais como: distribuição de merendas, de livros e ingressos para circos e espetáculos infantis. A

¹⁴⁶ Revista Careta (06/06/1908 a 05/11/1960) - Publicação semanal, fundada pelo jornalista Jorge Schmidt, tinha o humor como diretriz. De caráter popular, leitura leve e divertida, resistiu por mais de 50 anos, publicando sátiras à sociedade carioca, por meio de charges e caricaturas políticas e sociais. (NOGUEIRA, 2010)

figura 59 registra a participação do Presidente Vargas em evento cívico durante o Estado Novo.

Figura 59: Getúlio Vargas no Desfile da Juventude, Campo do Vasco da Gama. Rio de Janeiro, 07 set 1943.



Fonte: CPDOC/FGV in MOSKO et al, 2010.

Dentro desta lógica estabeleceu-se a relação entre atuação governamental e a cultura nacional, consequentemente, entre o governo e o patrimônio histórico, cujos elementos escolhidos pela equipe governista se encarregariam de reforçar a construção da identidade nacional. Juntamente com o turismo, os elementos do patrimônio histórico serviram aos objetivos propostos.

Utilizado como elemento significativo na formação da boa imagem do Governo Vargas, o DIP era responsável por qualquer evento cívico e militar, organizado pela DT do órgão, e determinava o que poderia ser anunciado interna e externamente.

A atividade turística foi utilizada, então, como forma de divulgação ideológica, responsável pela elaboração e manutenção da imagem pública do governante do País; e, associada ao patrimônio, contribuiu para criação e manutenção da identidade nacional, de acordo com os interesses políticos vigentes.

Percebe-se, pelas determinações institucionais de então, que o Governo Vargas reconhecia a importância do turismo sob os mais diversos aspectos: econômico, social, político e como elemento agregador dos valores necessários para a cristalização de uma imagem positiva do País e de seu governante. Por isso, Vargas institucionalizou a relação entre patrimônio histórico, turismo e propaganda como políticas de governo. Enquanto a escolha e a determinação dos elementos importantes e, portanto, passíveis de serem classificados como

patrimônio, lançava a base para a construção de uma identidade nacional, tão importante naquele período, o turismo e a propaganda se encarregavam de difundir os novos valores e dar suporte à construção da imagem de grande governante e de país aprazível a Vargas e ao Brasil, proporcionando, assim, a temporária estabilidade política almejada no período.

A relação Turismo-Patrimônio-Propaganda desenvolvida na Era Vargas, e fortalecida durante o Estado Novo, resultou não apenas do interesse pela história do País, tampouco surgiu da valorização estética alimentada pelos modernistas que ocupavam cargos nas repartições do Governo Federal.

Ouro Preto carregava consigo tal carga de significados e elemento identitários, que seria praticamente impossível permanecer no ostracismo, quando o assunto em questão era a busca pela essência nacional. Uma situação que atendia plenamente à demanda política do momento. Havia o lugar, havia a história, representada pela arquitetura local, havia os ideais libertários que emanavam do ambiente e havia, ainda, o reconhecimento pelos intelectuais da época: a combinação adequada. O Brasil agora tinha o que mostrar: seu patrimônio, sua cultura; tinha a quem mostrar: aos turistas, que a partir da intensa campanha de promoção do País para o público interno e externo, passaram a se interessar pelas belezas nacionais.

Segundo Aguiar (2013) a cidade, antes mesmo do seu tombamento, já contava com um número significativo de hotéis e pensões, considerando-se seu tamanho, população e a perda do status de capital do Estado de Minas Gerais.

No Registro de Lançamento de Impostos para indústrias e profissões entre os anos de 1931 e 1937, localizado no Arquivo Público Municipal de Ouro Preto, observamos as contribuições do Hotel Miguel Anais, na Praça Brandão, do Hotel Floriano Blinder, na Praça Rui Branco, do Hotel Toffolo, de Olívio Toffolo, na rua Tiradentes, da Pensão de Raymunda Arnad, no Pilar, do Hotel Miguel “Curcio” (sobrenome ilegível no original), na rua Tiradentes, da Pensão de d. Amélia Sousa Carvalho, da Pensão de Dolores Ramos, na rua Bobadela, do Hotel de Francisco Lagermani, na rua Diogo de Vasconcelos, entre tantas outras contribuições esporádicas não especificadas. (AGUIAR, 2013, p. 191)

A autora observa também que a partir do tombamento da cidade de Ouro Preto, em 1938, o SPHAN passou a tomar medidas que permitissem a divulgação do patrimônio histórico da cidade, por meio do estímulo ao crescimento da atividade turística no local. Tais medidas começaram a apresentar resultados a partir da década de 1940.

[...] a cidade começou a figurar nos jornais turísticos acompanhada do aposto “monumento nacional”, demonstração de que a “cidade-monumento”, exaltada por artistas e intelectuais desde princípios do século XX e

transformada em monumento nacional no ano de 1933, poderia tornar-se um interessante produto turístico. (AGUIAR, 2003, p. 191)

Desta forma, considerando-se a soma destes fatores, percebe-se a emergente relação existente entre patrimônio e turismo, usando a propaganda como elemento propagador, sendo estes três pilares adotados para a divulgação do País e do Governo Vargas.

6.4 O Patrimônio a serviço do Estado Novo

Os caminhos percorridos no Brasil para o reconhecimento do patrimônio como elemento de valor para o país, a despeito das iniciativas tomadas e já citadas aqui, só se concretizam a partir da instituição do Estado Novo.

A Revolução de 1930 colocou diante de Vargas e seus apoiadores dificuldades com os poderes regionais. O Brasil era formado por vários brasis, cada um com sua bandeira, seus planos e interesses. Faltava, para que a Revolução funcionasse de fato, a unificação do país e a determinação de um só caminho a ser seguido, um só ideal, uma só identidade. Assim, para que os conflitos cessassem, era necessário criar uma identidade nacional.

O Movimento de 1930 só faria sentido se atendesse a seu preceito básico, que era o de mudança, a ruptura com o modelo estabelecido, a criação de um novo Brasil. Atrelado à implantação da Nova República¹⁴⁷ e de sua necessidade de renovação política, vem também um projeto de renovação cultural iniciado no Estado Novo. Era preciso se distanciar do passado, representado pelo governo anterior e o que estivesse ligado a ele.

Desse modo, a Revolução de 1930 deixava de ser apenas uma revolução política para avançar sobre os aspectos culturais da Nação, objetivando fazer uso das transformações que viriam, em favor do fortalecimento do Governo.

O caminho mais curto para alcançar tal intento era promover uma aproximação com artistas e intelectuais que pudessem ao mesmo tempo trabalhar para o governo e difundir por meio de sua arte a ideologia governista. Assim, as instituições governamentais passaram a abrigar nomes relevantes de um movimento cultural surgido antes da Revolução de 1930, mas que tinham também a busca pelo novo como ideal: os modernistas.

De acordo com Velloso (1997, p.14)

¹⁴⁷ Nova República ou Era Vargas (1930 a 1945) – Período do Governo Vargas dividido em três fases: Governo provisório (1930 a 1934); Governo constitucional (1934 a 1937); Estado Novo (1937 a 1945)

[...]o Estado se transformava no tutor, no pai da intelectualidade, ao se identificar com as forças sociais. A argumentação se desenvolvia no seguinte sentido: a partir do momento em que o Estado marca a sua presença em todos os domínios da vida social, não há por que o intelectual manter a sua antiga posição de opositor ou insistir na marginalidade. De inimigo do Estado, o intelectual deve se converter em seu fiel colaborador, ou seja, ele passa a ter um dever para com a sua pátria.

O Movimento Modernista, iniciado em 1922, alcança sua segunda fase com a publicação do Manifesto Pau-Brasil no jornal Correio da Manhã, em 1924. Nele, Oswald de Andrade deixa clara a necessidade de se aprofundar as propostas do Movimento, de descoberta e reconstrução da cultura brasileira. O importante era refutar a influência estrangeira e a construção de uma falsa cultura, dissociada da história e dos costumes nacionais (GUEDES, 2000, p.32)

Segundo a autora,

A perspectiva nacionalista incorporada na segunda fase do Movimento Modernista, passava a ter, então, outra dimensão, na qual o Estado atuava como mediador. Vários intelectuais iriam encontrar, portanto, na era Vargas, meios de difundir e publicar suas ideias, muitas vezes com espírito crítico. Tais ideias, incorporadas pelo Estado Novo, contribuíram para a formação de um elo comum entre os intelectuais e a política cultural do governo Vargas: a construção da nacionalidade brasileira. (GUEDES, 2000, p. 53)

No âmbito governamental, Gustavo Capanema é nomeado ministro da Educação e Saúde Pública e passa a trabalhar, com a assessoria de Carlos Drummond de Andrade em prol da cultura e da determinação de uma identidade nacional. Administrando conflitos entre modernistas e neocolonialistas, Capanema solicita a Mário de Andrade um projeto para a criação de uma instituição que tratasse do patrimônio nacional. Desta solicitação resultou o anteprojeto de criação do SPHAN, a ser criado em 1937.

Ao assumir o poder em 1930, Vargas se deparou com um Brasil que abrigava poderes regionais bem estabelecidos. Essa característica deveria ser suplantada pelo poder unificado, centralizado na figura do Poder Federal e seu representante maior. Ciente desta necessidade, e sob a influência dos governos autoritários vigentes principalmente na Europa, Vargas busca unificar o País politicamente e ideologicamente, fazendo uso da cultura, da educação, da comunicação, e também da Igreja Católica, por exemplo. Ao longo do seu governo, um projeto cultural foi sendo elaborado, tendo como ponto de maior relevância conceitos como “novo homem brasileiro”, “identidade nacional”, “cultura nacional”. Este caminho será efetivado enquanto projeto político durante o Estado Novo, porém, vinha se desenvolvendo antes mesmo de 1937.

Um reflexo deste projeto são as duas frentes de atuação estabelecidas durante a Era Vargas: uma pelo Ministério de Educação e Saúde (MES), representada por Gustavo Capanema, e a outra pelo DIP, representado por Lourival Fontes.

As ações do MES eram voltadas para a cultura erudita, mais elaborada, e a educação formal. Seu quadro de colaboradores era composto por intelectuais que integravam o Movimento Modernista, cuja produção era de qualidade reconhecida: Carlos Drummond de Andrade, Mário de Andrade, Cândido Portinari, Manoel Bandeira, Lúcio Costa, Oscar Niemeyer, além de Vinícius de Moraes, Afonso Arinos de Melo Franco e Rodrigo de Melo Franco de Andrade.

O DIP, por sua vez, viria a responder pelas políticas culturais voltadas para as camadas populares. Suas ações visavam orientar e acompanhar as manifestações culturais de caráter popular, além do rígido controle dos meios de comunicação e dos meios de expressão, de forma geral. Dentre os nomes que compunham o DIP, estavam intelectuais de perfil mais rígido e autoritário.

Com objetivos aparentemente semelhantes, o Governo Vargas e os intelectuais do Movimento Modernista conseguem estabelecer uma ligação e um diálogo. A partir do Estado Novo, quando esta relação se estabeleceu efetivamente, os modernistas colocaram sua arte à disposição dos ideais governistas.

Segundo Velloso (1997, s/p),

No Estado Novo, o intelectual responde à chamada do regime que o incumbe de uma missão: a de ser o representante da consciência nacional. Reedita-se, portanto, uma idéia já enraizada historicamente no campo intelectual. O que varia é a delimitação do espaço de atuação deste grupo — da torre de marfim para a arena política —, permanecendo o seu papel de vanguarda social. O trabalho do intelectual — agora engajado nos domínios do Estado — deve traduzir as mudanças ocorridas no plano político.

Dentre os acordos estabelecidos por Vargas ou seus representantes para o fortalecimento do regime, além da cultura, educação, turismo, propaganda, está a Igreja Católica. Segundo Schwartzman (2018, s/p), Francisco Campos, um dos ideólogos do Estado Novo, buscou firmar acordos com a Igreja para receber apoio direto ao regime.

A Igreja Católica deveria oferecer ao novo regime uma ideologia que lhe desse substância e conteúdo moral, sem os quais, intuía Campos, ele não conseguiria se consolidar. Não importa, aqui, a convicção religiosa pessoal de Campos, mas o papel político e instrumental que lhe percebia para a Igreja em seu projeto político. (SCHWARTZMAN et al., 2018, s/p).

Um dos itens que seriam de profundo interesse da Igreja Católica seria o ensino religioso nas escolas de ensino primário e secundário. Outro item que reflete essa aliança é a nomeação de Capanema para o MES.

[...] significativas [...] são as evidências que sugerem que Capanema assumiu o Ministério da Educação e Saúde como parte do acordo geral que então se estabeleceu entre a Igreja e o regime de Vargas, proposto anos antes por Francisco Campos. A parte visível deste acordo foi a aprovação, pela Assembléia Constituinte de 1934, das chamadas "emendas religiosas". A parte não dita, mas certamente de consequências mais profundas, foi a entrega do Ministério da Educação a Capanema, como homem de confiança da Igreja e encarregado de levar à frente seu projeto educacional e pedagógico [...]. (SCHWARTZMAN et al., 2018, s/p).

Estes acordos se refletiam diretamente na criação e atuação do SPHAN, ligado ao Ministério da Educação e Saúde, consequentemente, a Gustavo Capanema. Sua criação e ações espelhavam o aspecto político presente na instituição, a serviço do governo que a abrigou. A identidade nacional passava também por elementos ligados aos setores dominantes da sociedade brasileira, e não apenas aos grupos populares. Era preciso, então, registrar e reconhecer valores históricos relacionados a elas, desta forma, justifica-se a importância dada pelo regime às ações do patrimônio no Brasil. Foram preservadas prioritariamente construções que simbolizavam o poder destes grupos: Igrejas Barrocas, Fortificações militares, assim como as casas grandes das fazendas centenárias e sobrados, exemplares da arquitetura colonial. O volume de bens tombados nesta época também demonstra que havia algo além dos interesses históricos, os interesses governistas estavam claramente colocados.

Cerávolo (2013, p.110) observa que nos dois primeiros anos de atividades o SPHAN realizou 259 tombamentos, no terceiro ano efetuou 164. Apesar da redução do número de tombamentos efetivados pela instituição, este é um número significativo, considerando-se as dificuldades de deslocamento e os critérios a serem atendidos para enquadrar tais bens como sendo merecedores de reconhecimento, conservação e proteção legal.

Grieco (2013, p.13), por sua vez, apresenta um quadro (Quadro 9) com um número pouco mais elevado, e com a distribuição destes tombamentos por região do País. A partir destes dados, percebe-se a concentração dos tombamentos nas regiões de maior importância econômica e política naquele período.

Quadro 9: Número de tombamento do SPHAN/IPHAN entre 1937 a 1947

BENS TOMBADOS POR REGIÃO 1937 a 1947		
Região	Estado	
Norte	AC - 0	RO - 0
	AM - 0	RR - 0
	AP - 0	TO - 0
	PA - 9	
Total: 9		
Nordeste	AL - 1	PE - 47
	BA - 123	PI - 6
	CE - 1	RN - 0
	MA - 3	SE - 21
	PB - 17	
Total: 219		
Centro-oeste	DF - 0	MS - 0
	GO - 13	MT - 0
Total: 13		
Sudeste	ES - 7	RJ - 102
	MG - 74	SP - 22
Total: 205		
Sul	PR - 8	SC - 6
	RS	13
Total: 27		
TOTAL GERAL		473

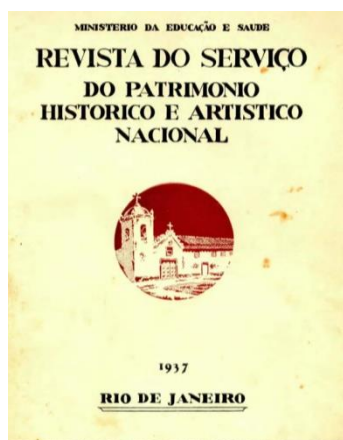
Fonte: Arquivo Central do IPHAN/RJ in (GRIECO, 2013, p.13)

A importância do patrimônio para o Governo Vargas estava diretamente relacionada ao seu projeto cultural, à busca por uma identidade nacional que atendesse aos seus objetivos e aos ideais do Estado Novo. Era preciso utilizar os recursos possíveis para tal. Desta forma, além dos procedimentos do SPHAN, do apoio dos intelectuais e de todo o aparato estatal, criou-se mais um instrumento para dar apoio à difusão das ideias pregadas pela instituição: a Revista do Patrimônio (Figuras 60 a 62).

Esta publicação, de responsabilidade do próprio SPHAN teve sua primeira edição em 1937, tendo até 1941 uma publicação anual. Os temas abordados, de acordo com a orientação da instituição eram os bens arquitetônicos, ou chamados de bens de pedra e cal. Segundo Cavalcanti (2000, p.23),

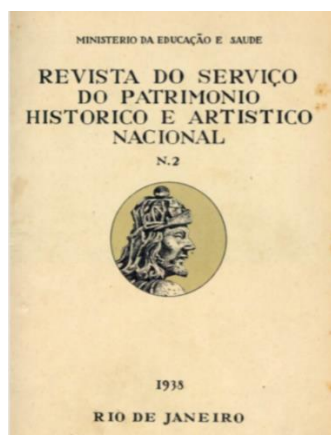
Um exame nos primeiros cinco exemplares confirma o perfil de um Patrimônio que privilegia bens de pedra e cal, sobretudo os religiosos de Minas Gerais e Rio de Janeiro. Predominam artigos sobre arquitetura, arte e história (84%)[...] Mais da metade (68%) dos artigos de arquitetura, arte e história abordam temas religiosos, 58% tratam da Região Sudeste – Minas Gerais e Rio; 23% do Nordeste; 13% da Região Sul e 6,6% da Amazônia.

Figura 60: Revista do Patrimônio nº1



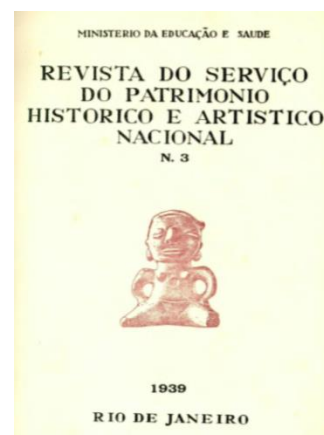
Fonte: IPHAN. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat01_m.pdf>. Acesso em maio 2018

Figura 61: Revista do Patrimônio nº2



Fonte: IPHAN. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat02_m.pdf>. Acesso em maio 2018

Figura 62: Revista do Patrimônio nº3



Fonte: IPHAN. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat03_m.pdf>. Acesso em maio 2018

Os números e as observações apresentadas por Lauro Cavalcanti reforçam a nossa percepção do uso político do Patrimônio, já identificado aqui por meio dos acordos e relações estabelecidas entre o Governo Vargas e os representantes de segmentos culturais, políticos, entre outros. Os artigos eram escritos por funcionários do SPHAN a pedido de Rodrigo de Melo Franco, com temas determinados por ele, ou a partir de descobertas feitas em viagens pelo Brasil realizadas pela equipe. De toda forma, eram artigos cuja produção fora direcionada, objetivando atender a demandas do chefe da repartição.

A participação dos intelectuais nas ações do Estado Novo voltadas para o seu projeto cultural retratava a coincidência de objetivos quanto à construção de um Brasil novo, e a possibilidade de expansão dos ideais modernistas, tendo apoio governamental, recursos estatais e segurança financeira, uma vez que estes intelectuais passaram a integrar o corpo funcional da República.

O reconhecimento da importância dessa aproximação entre o governo, os movimentos culturais, e os intelectuais e artistas da época, levou à criação de outras instituições que atuaram efetivamente na construção da almejada identidade nacional. Serviram de ferramentas para Vargas, certamente, e por serem de caráter institucional, permitiram a difusão dos ideais estadonovistas pelo Brasil. Além do SPHAN foram criados o Instituto Nacional do Teatro (1937), o Serviço Nacional do Livro (1937), o Instituto Nacional de Cinema Educativo (1937) e o Conselho Municipal de Cultura (1938).

6.5 O que não dizem as cartas

Esta pesquisa se desenvolveu apoiada nas informações apresentadas em cada uma das cartas selecionadas do arquivo da correspondência política de Oswaldo Aranha. Cada palavra, cada personagem, cada suspeita foi analisada e relacionada ao contexto político, econômico e cultural da Era Vargas. Adotou-se o mesmo procedimento com o personagem principal desta teia, Oswaldo Aranha, assim como com os demais personagens e detalhes apresentados por eles em seus escritos. Até então trabalhamos com a presença de palavras, desejos e intenções, claramente expostos nas abordagens aos temas Turismo e Propaganda.

O tema Patrimônio, por sua vez, se apresentou de maneira diferente, com eventuais referências, presença discreta e sua ausência fluida. As leituras e releituras dos documentos primários destacaram que essa ausência se estabelecia por uma divisão de frentes de atuação do Governo Vargas: internacional e nacional.

A frente de atuação internacional englobava as ações do Turismo e da Propaganda e todas aquelas observações e constatações que nos foi possível alcançar a partir das informações obtidas nas cartas. Estas ações se expandiam atravessando fronteiras, estabelecendo uma relação de intercâmbio de interesses principalmente entre Brasil e Estados Unidos, porém, havendo também a presença significativa de Itália e Alemanha. Pela inter-relação das ações, pode-se dizer que era uma operação politico-comercial de caráter internacional/nacional.

O campo de ação exclusivamente nacional, contava com procedimentos voltados para a busca da identidade nacional, a brasilidade, a nacionalidade, a alma brasileira, o patrimônio. Esta frente, desenvolvida em duas direções - a erudita e a popular -, acontecia pelas mãos do Ministério da Educação e Saúde, ao qual estava ligado o SPHAN, e pelas mãos do DIP.

Considerando este um assunto interno, de crucial importância para o Governo Vargas, encontramos os motivos que justificavam sua ausência nas cartas selecionadas. No entanto, apesar de ser uma questão que só poderia ser tratada dentro do Brasil, sua relevância findou por extrapolar os limites naturais e surgiu mesmo que disfarçadamente, sob outras denominações, em algumas das cartas mais expressivas recebidas por Oswaldo Aranha.

Houve também breves referências ao tema Patrimônio nas cartas iniciais, sobre as quais discorreremos a seguir.

A carta de João B. Veríssimo (C.04/33), datada de 03 de abril de 1933, é dos documentos analisados, o primeiro a fazer referência a elementos culturais e históricos do Brasil, como de

valor e importância a serem divulgados no exterior. Sua proposta de montar uma exposição permanente na Ilha da Madeira, para a divulgação das riquezas, belezas e história do Brasil pretendia mostrar aos viajantes que chegassem ao porto do Funchal de que era feito o Brasil. Era uma proposição que trazia em si não apenas interesses comerciais. Percebe-se nas palavras o desejo de mostrar ao mundo o que o Brasil tinha de melhor.

Veríssimo, assim, apresenta sua ideia:

Uma exposição de todos os nossos produtos Estado por Estado geographically. Photographias da Capitais e principais cidades, [...] Thermas com os seus detalhes precisos, a grandiosa Cachoeira Paulo Affonso, e um sem numero de coisas bellas que possuímos. (C.04/33)

Dentre as propostas de Veríssimo estão a distribuição gratuita de um livro sobre o Brasil, assim como café e mate, como forma de mostrar o Brasil aos viajantes, uma maneira de demonstrar uma identidade nacional por meio dos produtos a serem distribuídos ou vendidos. Uma referência superficial, porém presente, acerca de valores patrimoniais do Brasil.

A carta de Francisco Silva Júnior a Aranha (C.09/36b) traz uma referência mais clara aos valores patrimoniais do Brasil. Alguns dos momentos em que isso acontece, são apresentados a seguir.

[...] já é tempo de se corrigir essa crença muito brasileira de que o nosso paiz só tem a mostrar ao mundo os encantos da Guanabara e os ranchos carnavalescos. São tantas as atrações do Brasil moderno, do Brasil culto, do Brasil industrial, do Brasil agrícola, que essa insistência em revelar ao mundo unicamente a mulata sambista e os taes “aspectos typicos” já se torna revoltante. (C.09/36b)

Aqui, o autor aponta elementos que nos remetem aos mais diversos segmentos da história nacional e seus bens patrimoniáveis, inclusive aqueles cujas características atendiam ao perfil desejado pelo SPHAN e que se assemelhavam aos bens tombados nos primeiros anos de existência da instituição.

O autor prossegue, destacando mais elementos cujos valores foram reconhecidos pelos técnicos do patrimônio como sendo relevantes dentro da construção da nossa identidade nacional.

Acredito que as nossas praias, as nossas paizagens, as nossas estações de águas, as nossas estradas de ferro, as nossas propriedades agrícolas, os nossos museus, os nossos monumentos, os vestígios do nosso passado histórico, etc, despertem mais interesse do que o Brasil negroide, o Brasil Favela, o Brasil sambista. (C.09/36b)

Em outro trecho, Silva Júnior demonstra encarar os valores patrimoniais do Brasil como elementos a serem divulgados nos Estados Unidos, e que teriam força suficiente para se estabelecerem como atrativos turísticos, uma vez que os considera como diferenciais e formadores da nossa identidade. De acordo com o autor, “É meu propósito divulgar episódios da nossa História, para que o turista ache o devido interesse nas nossas tradições, nos nossos costumes e nos nossos velhos monumentos”. (C.09/36b)

Além dessas observações, Silva Júnior faz alusão às paisagens brasileiras, ao nosso passado histórico representado pelos monumentos, museus, pela arquitetura. Salienta também as estradas de ferro, o Instituto Butantã e o de Manguinhos (Oswaldo Cruz). Os costumes, a nossa flora, dentre tantas outras coisas também merecem a atenção de Silva Júnior. Aqui se trata de patrimônio, porém, sem essa denominação. Os elementos apontados pelo autor como característicos do Brasil, e, portanto, detentores de uma identidade brasileira, vão desde a gastronomia, a história, a música e as tradições, além, obviamente das paisagens, e da arquitetura como diferenciais, merecedores da atenção dos visitantes estrangeiros.

As cartas, que tantas informações nos deram sobre os projetos governistas para o turismo e a propaganda no Brasil e do Brasil, agora nos conduzem em direção oposta. O desapontamento inicial, no entanto, logo se desfez. A compreensão de que se tratava de elementos com abordagens diferenciadas, apesar de fazerem parte do mesmo projeto de sustentação de um governo nos deu a certeza e a tranquilidade de que, mesmo em sentidos diversos, os elementos da tríade (os dois primeiros juntos, o último em separado) caminhavam na mesma direção. Uma configuração improvável, fora da lógica habitual que, entretanto, se confirmou a partir da leitura de obras específicas sobre o Patrimônio.

A análise dos três elementos da tríade exigiu deslocamentos físicos e mentais, suscitou muitas dúvidas, enfraqueceu algumas certezas, porém, ao final desta caminhada, podemos afirmar que voltamos ao ponto de origem, não com a mesma visão, mas com a convicção de que a hipótese defendida neste trabalho está, sim, confirmada.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desta jornada de mais de quatro anos de pesquisa, pode-se assegurar que, tão difícil quanto escrever este capítulo é aceitar sua denominação de Considerações Finais. As inúmeras descobertas feitas ao longo da elaboração desta tese deixam claro que ainda há muito a se pesquisar para compreender, de fato, como se deu a relação entre Turismo-Propaganda-Patrimônio durante a Era Vargas.

As dimensões políticas desta tríade, apesar de todos os esforços despendidos para tal, não se encerram neste volume. É preciso reconhecer que há um vasto universo de acordos e conjecturas políticas que se espraiam entre 1930 e 1945, cuja extensão só nos foi possível vislumbrar.

Iniciamos este último capítulo, então, dizendo que, a despeito do que se poderia imaginar nada está acabado. Não há considerações finais. Não há final. Ao menos não por enquanto.

A ideia de que faremos um breve intervalo, parece mais confortável, na esperança de que outras pesquisas possam dar conta das lacunas deixadas por esta pesquisa.

A consciência de que cada capítulo aqui apresentado, por si só, poderia ser um tese de doutorado, trouxe a tranquilidade necessária para prosseguir com a proposta de compreender como se deu a relação Turismo-Propaganda-Patrimônio durante os 15 anos de um governo que promoveu transformações significativas na vida política, econômica e cultural do Brasil.

Por diversas vezes a vontade de mergulhar profundamente em cada descoberta quase se impôs, colocando em risco a ideia de um olhar sobre a tríade e sua atuação simultânea, ou praticamente isso, como ferramenta política. Era preciso não perder de vista a complicada teia de relações entre o Governo Vargas e seus representantes, com empresários, investidores, jornalistas, intelectuais, militares e políticos nacionais e internacionais. Muita gente, muitas datas, muitos interesses envolvidos.

Cada capítulo tem a pretensão de abordar um dos temas da tríade. No entanto, cada um deles traz em si o germen dos outros dois, deixando clara a impossibilidade de separá-los por completo dentro do contexto político em que são analisados. Falar em Turismo e não perceber sua relação direta com Propaganda e Patrimônio, ou de Propaganda sem Patrimônio e Turismo, ou, ainda, Patrimônio sem Propaganda e Turismo, seria no mínimo uma desatenção, para não dizer, uma indiligência. É preciso não perder de vista o recorte temporal e o contexto no qual são analisados.

Esta relação complexa, e por vezes confusa, faz com que os três temas se encontrem e se inter-relacionem durante toda a tese. Ao fim, temos um tema predominante em cada capítulo, porém, com a presença efetiva dos outros dois.

O elemento de interseção desta análise é, não Getúlio Vargas, o homem que tomava as decisões e figura maior do País naquele período, mas Oswaldo Aranha, seu companheiro de jornada, um dos ideólogos da Revolução de 1930 e amigo mais leal, a quem foram endereçadas as cartas - fragmentos de sua correspondência política - fontes primárias que deram suporte documental a esta tese.

Oswaldo Aranha ocupa o lugar de protagonista, enquanto condutor das mais diversas negociações e ações efetivas para o uso destas três atividades a serviço da construção de uma imagem positiva do Governo Vargas, de Getúlio Vargas e do Brasil. Por sua importância, há um capítulo dedicado a ele.

Apresentar Oswaldo Aranha foi, talvez, uma das partes mais surpreendentes deste trabalho: figura de múltiplas facetas, mas de pouco reconhecimento na atualidade, pode-se afirmar, era o *alter ego* de Getúlio Vargas. Mesmo com as desavenças e as birras entre eles, havia uma sintonia nessa relação que transparece ao longo da pesquisa. Seu empenho em alçar o Brasil a um patamar de qualidade e valorização no cenário internacional, de dar a Vargas o apoio necessário para levar a termo o projeto que os uniu em 1930, era instigante. Este capítulo, intitulado OSWALDO ARANHA, O ENCANTADOR DO BRASIL, nos deu a dimensão da importância de Aranha para a estabilidade do Governo dentro e, principalmente fora do Brasil. Saber quem era o destinatário de tantas cartas com propostas, sugestões, relatórios e solicitações de ajuda referentes aos temas estudados nesta tese, era imprescindível. As cartas que enviou, suas intervenções em favor de alguns destes remetentes, davam a noção da relevância da tríade Turismo-Propaganda-Patrimônio para o Governo.

Aranha, de todos os personagens aqui apresentados, foi o que atuou em diversos setores estratégicos do Governo Vargas, circulando livremente pelas áreas responsáveis pela transformação do Brasil em um novo país, como era a proposta revolucionária. Além de ministro da Fazenda, embaixador, ministro de Relações Exteriores, entre outros, Aranha ocupou a vice-presidência do Instituto Pan-americano de Geografia e História - de onde surgiu a proposta que finalmente elevaria a cidade de Ouro Preto à condição de monumento nacional -, e presidente da União Panamericana. Sua presença é, então, percebida em todos os aspectos abordados aqui, não restando dúvidas quanto à sua participação efetiva na estruturação das três áreas estudadas e do seu uso como ferramentas de apoio e sustentação

ideológica do Governo Vargas. Aqui foi atendido o primeiro dos nossos objetivos específicos: Verificar qual o papel de Oswaldo Aranha na construção da relação Turismo-Propaganda-Patrimônio durante a Era Vargas.

O capítulo seguinte, AS CARTAS, OS ENREDOS E SEUS PERSONAGENS, tratou das mensagens, desvelou o Brasil da Era Vargas, o contexto em que foram escritas e a importância dos temas apresentados em cada documento. Foram expostos os personagens e os enredos destes documentos. Cada missiva foi analisada separadamente e relacionada a eventos políticos, culturais e econômicos, relacionados entre si. Foi traçado um panorama dos interesses e das negociações vigentes naquele período, sem descartar o caráter indissociável da tríade estudada. As cartas nos forneceram os personagens principais, alguns personagens secundários, seus interesses e áreas de atuação. Neste capítulo foi atendido o segundo objetivo específico: Contextualizar os fragmentos da correspondência política de Oswaldo Aranha e analisar seu conteúdo.

O capítulo posterior, DESLOCAMENTOS – UMA VIAGEM SOB AS ASAS DA POLÍTICA NACIONAL tratou dos meios de transporte e seu desenvolvimento no Brasil. Foram abordados os transportes aquaviário, ferroviário e aeroviário, este com maior destaque e diversidade de informações, posto que era o que aparecia com maior frequência nas cartas analisadas. A evolução dos meios de transporte propiciou uma percepção da importância do transporte de cargas e sua adaptação gradual para atender à nova demanda: o transporte de passageiros e, caminhando conforme a estrutura da sociedade da época, sua divisão em primeira, segunda e terceira classes, de acordo com o preço a ser pago pelos passageiros.

O desenvolvimento do transporte de passageiros no Brasil, uma tendência já corrente nos países desenvolvidos, revelou o início da aviação civil/comercial e negociações políticas que possibilitaram sua prática. Assim, foram apresentados os casos da Varig, da Panair e de outras companhias aéreas internacionais que tinham interesses além do financeiro e que se aproximavam do Governo por meio de seus representantes civis ou militares para obter algum tipo de benefício ou predileção. Eram tempos de profunda concorrência entre as empresas italianas, francesas e, principalmente, alemãs e estadunidenses. Um reflexo do que ocorria na política mundial. A evolução do sistema de transportes no Brasil, o estabelecimento de acordos comerciais com outros países e a exploração do espaço aéreo brasileiro deram o incentivo que faltava para a atividade turística, uma vez que aumentava consideravelmente o número de viajantes, e a frequência das visitas. Este novo fluxo de turistas e viajantes, criou o ambiente propício para o surgimento de mais hotéis, hotéis mais luxuosos, e cassinos,

consolidando a atividade turística, agora mais forte e bem organizada. Este capítulo atendeu ao terceiro objetivo específico: Inferir como se deu a estruturação da atividade turística durante a Era Vargas, quanto às modalidades de deslocamento e meios de transportes, notadamente o transporte aéreo.

O capítulo seguinte, PROPAGANDA E TURISMO, abordou os meios adotados pelo Brasil para a construção de uma imagem que atendesse aos anseios do Governo Varguista e seus ideais de ruptura com a chamada Primeira República, ou República Velha. Vargas seguiria a tendência dos governos autoritários, principalmente os da Europa, e usaria a propaganda para construir uma imagem idealizada de seu governo, e de si mesmo. Foram utilizadas as mais diversas formas de comunicação: cinema, música, livros e cartilhas, exposições e a propaganda, feita principalmente pelo rádio e publicação de livros e revistas distribuídos em outros países, com ênfase para os Estados Unidos. Com a instauração do Estado Novo, o DIP passou a deter o controle absoluto das comunicações, mas o objetivo continuava o mesmo: construir uma imagem positiva do Brasil e seu governante junto aos países desenvolvidos, por um lado, e aos brasileiros, por outro. Essa era uma necessidade premente do Governo Vargas, tendo em conta os conflitos internos provocados pelos descontentes com o Varguismo, e a urgência em conquistar a confiança de investidores, empresários e governos estrangeiros que pudessem dar o apoio financeiro que o país precisava para crescer econômica e politicamente. Este capítulo nos forneceu o cenário das várias possibilidades adotadas pelo Governo para alcançar seus objetivos. Foi então atendido o nosso quarto objetivo específico: Analisar como se deu a construção da imagem do Governo Vargas mediante o uso de diferentes meios de comunicação.

O capítulo subsequente, PATRIMÔNIO: A PRESENÇA DISCRETA NAS CARTAS DE ARANHA trouxe a questão do patrimônio em suas origens e discussões primeiras, seguido dos fatos que começam a ocorrer no Brasil: as primeiras propostas, os primeiros projetos de lei, a criação das primeiras instituições voltadas para o reconhecimento e a preservação do patrimônio histórico e artístico nacional. As discussões, não se eximem de seu viés político, sendo esta, aliás, a presença marcante e contínua nessa esfera. A influência das Conferências Panamericanas, muito mais que a das Cartas Patrimoniais emitidas pela UNESCO ou outros órgãos internacionais, a presença incontestada da Igreja Católica como parte interessada, além da aproximação de intelectuais modernistas, cujos objetivos eram, inicialmente, similares aos do Governo, foram fatos identificados pela pesquisa, e que, certamente, contribuíram diretamente para a estruturação das atividades relacionadas ao Patrimônio no Brasil.

Falar sobre patrimônio na Era Vargas significa falar sobre Ouro Preto, pois sua distinção como monumento nacional, muito antes da criação do SPHAN, era a efetivação da influência vinda de fora, e da percepção do Governo quanto à importância política deste fato.

As observações deste capítulo seguiram o caminho da ausência. A ausência ou a presença bastante sutil desse tema nas cartas vindas do exterior, endereçadas a Oswaldo Aranha desvendou duas linhas de atuação do Governo, acionadas pelo Ministério da Educação e Saúde, sob a orientação de Gustavo Capanema, ao qual estava ligado o SPHAN, e pelo DIP, dirigido por Lourival Fontes. Dois níveis de comunicação com abordagens e objetivos diferentes: um voltado às elites, o outro, à população em geral. Desta forma, este capítulo atendeu ao quinto e último objetivo específico: Identificar qual a dimensão das ações relacionadas ao patrimônio durante a Era Vargas no Brasil.

Os capítulos apresentados e as conclusões que nos trouxeram a análise de cada carta, sua contextualização e a identificação dos personagens ativos e seus interesses políticos e econômicos nos possibilitaram atender ao objetivo geral desta tese: Compreender como se deu a relação Turismo-Propaganda-Patrimônio durante a Era Vargas.

Ao conhecermos o contexto político da época e os bastidores das ações governamentais referentes aos temas estudados foi possível identificar a presença dos dois – Vargas e Aranha - em instituições ligadas ao Turismo e ao Patrimônio, e a pessoas envolvidas nas questões da Propaganda do Brasil no exterior e dentro do próprio país. São muitos os laços que os envolvem a essa tríade. O caráter político desta relação revelou uma intrincada teia de personagens, agindo em diferentes níveis governamentais, fazendo uso dos mais diversos artifícios para alcançar seus objetivos. Muitas intrigas, ciúmes e, certamente, muita encenação também, como era de se esperar do cenário político daquela época. Nada passava despercebido: Vargas e Aranha eram astutos e sabiam aproveitar as oportunidades que surgiam para conquistar a confiança e a simpatia da população e dos governos de outros países.

As inúmeras publicações feitas pelo DIP, as exposições realizadas fora do País, a participação em eventos internacionais, o apoio ao Touring Club do Brasil, a participação em instituições ligadas ao patrimônio, os acordos feitos com a igreja Católica e a inestimável classificação de Ouro Preto como monumento nacional, dentre outras coisas, são uma demonstração da relevância destas três áreas para Vargas e Aranha. Desta forma, considerando todos estes aspectos, após a leitura de extensa bibliografia e dos documentos primários, pode-se afirmar que a hipótese estabelecida no início das pesquisas foi comprovada: Turismo, Propaganda e

Patrimônio foram adotados como ferramentas de sustentação política e ideológica pelo Governo Vargas no período de 1930 a 1945.

Vencida esta etapa, é preciso observar que o trabalho não terminou. Há, a partir desta tese, inúmeras possibilidades de aprofundamento, com, pelo menos três caminhos a seguir: Turismo na Era Vargas; Propaganda na Era Vargas; Patrimônio na Era Vargas. Um aprofundamento que só se fará viável se feito separadamente.

A proposta desta tese era identificar o uso das três áreas como ferramentas políticas, o que só foi possível por meio de uma abordagem que inter-relacionasse os três elementos. O grande volume de informações, os diversos personagens envolvidos e os desdobramentos das negociações e interesses em vigor tornavam impossível o aprofundamento em cada área. Uma tese não seria suficiente para tanto.

Para que possamos compreender os caminhos trilhados pelo Governo Vargas e o legado que o próprio Getúlio e seu aliado Oswaldo Aranha nos deixaram, é preciso que os limites desta pesquisa sejam superados. Não se concebe mais que ainda mantenhamos uma visão limitada quanto à relevância das três áreas aqui estudadas. Sua importância e seu uso apresentaram resultados significativos, atendendo aos objetivos propostos. É fundamental que se tenha em mente que turismo, propaganda e patrimônio têm mais carga simbólica e ideológica do que nos querem fazer crer. Não são meros elementos de lazer e ócio.

A percepção da essência política desses elementos e a efetividade de seu uso como ferramenta ideológica podem ser consideradas como elementos inovadores. Um novo olhar sobre temas que vêm sendo estudados continuamente por um viés técnico, operacional, comercial e administrativo. A importância dessas pesquisas é reconhecida, porém, há que se olhar por outros ângulos e perceber novas facetas, novas possibilidades.

Espera-se que o este estudo vá contribuir para o entendimento destas três áreas para a preservação e valorização da cultura e da memória, arcabouço da identidade nacional, no período da Era Vargas no Brasil, a ser divulgada internacionalmente, como forma de apresentar o País como local aprazível e de povo acolhedor, digno de receber a visita de turistas e investidores de todo o mundo.

Turismo, Propaganda e Patrimônio não estão dissociados do contexto político, nem na Era Vargas, nem em qualquer outro período da história. Seu caráter econômico é real, mas estão e sempre estarão atrelados a interesses maiores. Todas as ações têm causas diversas, agentes interessados, segundas intenções. Não se quer aqui levantar uma “teoria da conspiração”, mas

quando se trata de ações que lidam com as massas, que elaboram e disseminam ideias, que trabalham com referências de identidade, é difícil acreditar que tenham sido utilizadas apenas para fins comerciais ou para atender a um restrito grupo de intelectuais. Ler nas entrelinhas, perceber as relações entre personagens, e os bastidores destas aproximações é o que tornará possível perceber o rebatimento dessas ações no cotidiano e, mais ainda, uma compreensão maior da Nação em que se tornou o Brasil, a partir dos caminhos por onde nos conduziram Getúlio Vargas e Oswaldo Aranha.

REFERÊNCIAS

ABREU JR., Theophilo E. de. **Nas asas da Panair**. Rio de Janeiro: T.E.de Junior, 1999.

AGUIAR, Leila Bianchi. **Cidade morta, cidade monumento, cidade turística**: a construção de memórias sobre Ouro Preto. In: CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valéria Lima; MAGALHÃES, Aline Montenegro. (orgs.). *História do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

ALDRIGHI, Vera. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1989. 432 p.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2007.

ARQUIVO Municipal de Ouro Preto. Festejos do Bicentenário de Ouro Preto (1711 - 1911) Parte 2. Disponível em: <<http://arquivopublicoop.blogspot.com.br/2011/07/festejos-do-bicentenario-de-ouro-preto.html>>. Acesso em: 01 jul. 2015.

BAHIA ILLUSTRADA. [S.l.], 1933, edição 001 (2). Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=066940>>. Acesso em: 05 mar. 2016.

BARBOSA, Nair Palhano. **Nas asas da história**: lembranças da Panair do Brasil. Rio de Janeiro: Agir, 1996.

BILAC, Olavo. **Chronicas e novelas**: 1893-1894. Rio de Janeiro: Cunha e Irmão. Disponível em: <http://www.brasiliana.usp.br/bbd/bitstream/handle/1918/00290500/002905_COMPLETO.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2015.

BOECHAT. **Copacabana Palace**: um hotel e sua história. São Paulo: Editora DBA, 1998.

BRAGA, Vanusa Moreira. Relíquia e esperança. In: FERREIRA, Marieta de Moraes (org.). **Memória e identidade nacional**. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

BRASIL. Câmara dos deputados. Decreto-lei nº 1.915, 27 dezembro de 1939 - Publicação Original. **Lex**: Legislação informatizada. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1930-1939/decreto-lei-1915-27-dezembro-1939-411881-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

BRASIL. Câmara dos deputados. Decreto-lei nº 5.077, 29 de Dezembro de 1939 – Publicação Original. **Lex:** legislação informatizada. Disponível em: <www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-5077-29-dezembro-1939-345395-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em: 20 mar. 2015.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Brasil 1939-40: relação das condições geográficas, econômicas e sociais. Rio de Janeiro: Est. de Artes Graph: C. Mendes Junior, 1940.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Brasil 1940-41: relação das condições geográficas, econômicas e sociais. Rio de Janeiro: Est. de Artes Graph: C. Mendes Junior, 1941.

BRASIL. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. Turismo Cultural: orientações básicas. 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

BRASIL. Presidência da República, Casa Civil, Subchefia de Assuntos Jurídicos. Decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937. Organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. Rio de Janeiro: Capital Federal, 1937. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0025.htm>. Acesso em: 09 set. 2015.

BRASIL REVISTA. Rio de Janeiro, 1939, edição 0007(1). Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=081558>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

BRESSAN, Maria Lúcia P. Trajetória das ideias preservacionistas no Brasil: as décadas de 1920 e 1930. In: **Revista do Patrimônio**, n. 35, IPHAN, 2017, organização Andrey Rosenthal Schlee, p. 13-32. Disponível em:<http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/revpat_35.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2018.

BURLAMAQUI, Frederico César. **Relatório dos serviços executados durante o ano de 1934**. Departamento de Portos e Navegação. Rio de Janeiro: Oficina dos Correios e telégrafos, 1936.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CAMARGO, A.; PEREIRA ARAÚJO, J.H; SIMONSEN, M.H. **Oswaldo Aranha: a estrela da revolução**. São Paulo: Mandarim, 1996.

CAMARGO, H. L. **Patrimônio e turismo, uma longa relação: história, discurso e práticas**. 2004. Disponível em: <http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/encuentro2002/ponencias/haroldo_camargo.htm>. Acesso em: 01 out. 2013.

_____. **Patrimônio histórico e cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.

CAPELATO, Maria Helena. Propaganda política e controle dos meios de comunicação In: PANDOLFI, Dulce (org). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: FGV, 1999.

CARDOSO, Renata Gomes. A exposição de arte brasileira do Roerich Museum de Nova Iorque, 1930. In: COLÓQUIO DO COMITÊ BRASILEIRO DE HISTÓRIA DA ARTE: TERRITÓRIOS DA HISTÓRIA DA ARTE, 34, 2014, Uberlândia, MG. **Anais...** Uberlândia, MG: [s.n.], 26-30 ago. 2014. Disponível em: <https://www.academia.edu/15739739/A_exposição_de_Arte_Brasileira_no_Roerich_Museum_de_Nova_Iorque_1930>. Acesso em: 30 nov. 2017.

CARETA. Rio de Janeiro: Kosmos, 1931, ano 24, n. 1217. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=083712&pesq=Cristo%20Redentor&pasta=ano%20193>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

CARLOS, Ana Fani Alessandrini. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÀZIGI, Eduardo. **Turismo: uma esperança condicional**. 3. ed. São Paulo: Global, 2003.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da cidade do Natal**. 4. ed. Natal, RN: EDUFRN, 2010.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo: atividade marcante**. 4. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

CASTELLS, Manuel. **O fim do milênio**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. (Série a era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 3).

CASTRO, J. A. **História do rádio no Brasil**. Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – ABERT. Disponível em: <<https://www.abert.org.br/web/index.php/quemsomos/historia-do-radio-no-brasil?tmpl=component&print=1>>. Acesso em: 05 fev. 2018.

CASTRO Ruy. **Carmen uma biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CAVALCANTI, Lauro. **Modernistas na repartição**. 2.ed. rev. Rio de Janeiro: Editora UFRJ: MINC – IPHAN, 2000.

CERÁVOLO, Ana Lúcia. **Interpretações do patrimônio: arquitetura e urbanismo moderno na constituição de uma cultura de intervenção no Brasil, 1930-1960**. São Carlos: EdUFSCAR, 2013.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: mito fundador e sociedade autoritária**. [S.l.], 2000. Disponível em: <http://www.posgrad.fae.ufmg.br/posgrad/intranet/includes/download.php?id_arquivo=174>. Acesso em: 21 out. 2013.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. Tradução Luciano Vieira Machado. São Paulo: Estação Liberdade: Ed. UNESP, 2001.

CONDURU, Roberto. **Artifícios para inventar e destruir**: arquitetura, história, preservação cultural. In: Revista do patrimônio histórico e artístico nacional, Rio de Janeiro: IPHAN, n. 34, p. 131-145, 2011.

CPDOC. **A era Vargas**: dos anos 20 a 1945 - Clube 03 de Outubro. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos30-37/PaisDosTenentes/Clube3Outubro>>. Acesso em: 03 maio 2017.

CPDOC/FGV. **Fatos e imagens**: artigos ilustrados de fatos e conjunturas do Brasil. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/FatosImagens/Clube3Outubro>>. Acesso em: 16 out. 2017

CPDOC/FGV. **Dossiê era Vargas**. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos3745/EducacaoCulturaPropaganda>>. Acesso em: 30 jan. 2016.

CRUZ, Natalia dos Reis. **O governo Vargas e o fascismo**: aproximação e repressão. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/tempopresente/article/view/4219>>. Acesso em: 11 out. 2017.

D’ALESSIO, Márcia Mansor. Metamorfoses do patrimônio: o papel do historiador. In: **Revista do patrimônio histórico e artístico nacional**, Rio de Janeiro: IPHAN, n. 34, p. 79-89, 2011.

DAIBERT, André Barcelos Damasceno. **Planejamento urbano e turismo no Estado Novo (1937-1945)**: reflexões a partir da cidade de Petrópolis (RJ). 2016. 253 p. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Rio de Janeiro, 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

DETIENNE, Marcel. **A identidade nacional, um enigma**. Tradução Fernando Scheibe. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

DIAS, Carla da Costa; LIMA, Antônio Carlos de Souza. O Museu Nacional e a construção do patrimônio histórico nacional. In: **Revista do patrimônio histórico e artístico nacional**, Rio de Janeiro: IPHAN, n. 34, p. 199-221, 2011.

DICIONÁRIO Histórico Biográfico Brasileiro pós 1930. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2001. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/biografias/sebastiao_leme>. Acesso em: 07 jul. 2015.

DIMAS, Antônio. Arinos, mestre de Bilac. In: MOREIRA, Maria Eunice. (Org.). **Histórias da literatura**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2003. p. 279-290. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/fale/pos/historiadaliteratura/textosraros/arinos.htm>>. Acesso em: 20 out. 2017.

DÓCIO, Vanessa de Almeida. **Sob o signo da pedra e cal**: trajetória da política de preservação do patrimônio histórico e Arquitetônico no estado da Bahia (1927 –1967). 2014. 171p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em História Social, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/17625/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Vanessa%20de%20Almeida%20D%C3%B3cio.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2017.

FAUSTO, Boris. **História concisa do Brasil**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2012.

FAY, Cláudia Musa. **Crise nas alturas**: a questão da aviação civil (1927 – 1975). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2013.

FERNANDES, José Ricardo Oriá. Muito antes do SPHAN: a política de patrimônio histórico no Brasil (1838-1937). In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS: teoria e práxis, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2010. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2010/09/18-JOS%C3%89-RICARDO-ORI%C3%81-FERNANDES.1.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

FERNANDES, Nelson da Nóbrega. Escolas de samba, identidade nacional e o direito à cidade. **Scripta Nova**: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. v.16, n. 418 (47), 01 nov. 2012.

FERREIRA, Josué Catharino. Um breve histórico da aviação comercial brasileira. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE HISTÓRIA DE EMPRESAS, 13, 2017, Niterói. **Anais...** Niterói, RJ: [s.n.], 2017.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **O patrimônio em processo**: trajetória da política federal de preservação no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ: MinC-IPHAN, 2005.

FORTES, Alexandre. **Nós do quarto distrito**: a classe trabalhadora porto=alagrense e a era Vargas. Caxias do Sul: Educus; Rio de Janeiro: Garamond, 2004. 459 p. (Coleção Anpuh, RS).

GARCIA, Nelson Jahr. **Estado Novo, ideologia e propaganda política**. [s.l.]: eBooksBrasil, 1999. Disponível em: <www.eBooksBrasil.org>. Acesso em: 04 jan. 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GHIRARDELLO, N. SPISS, B. **O patrimônio histórico: como e por que preservar**. 3 ed. Bauru, SP: Canal 6, 2008.

GOULART, Silvana. **Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo**. São Paulo: Marco Zero, 1990.

GRABURN, Nelson. Antropologia ou antropologias do Turismo? In: GRABURN, Nelson et al. **Turismo e antropologia: novas abordagens**. Campinas, SP: Papius, 2009. cap. 1, p. 13-52. (Coleção Turismo).

GRIECO, Bettina Zellner(org). **Entrevista com Erich Joachim Hess**. Rio de Janeiro: IPHAN/DAF/Copedoc, 2013, 248 p. (Memórias do Patrimônio, 3). Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/SerMemPat_MemoriasPatrimonio_EntrevistaErichJoachimHess.pdf>. Acesso em: 15 maio 2018.

GUEDES, Maria Tarcila Ferreira. A preservação do patrimônio cultural e o contexto pan-americano. In: ANDRADE, Rodrigo Melo Franco de. **Brasil: monumentos históricos e arqueológicos**. Rio de Janeiro: IPHAN/DAF/CPDOC, 2012.

GUEDES, Tarcila. **O lado doutor e o gavião de penacho: movimento modernista e patrimônio cultural no Brasil: o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN)**. São Paulo: Annablume, 2000.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2003.

INDURSKY, Freda. **A fala dos quartéis e outras vozes**. 1982. 382f. Tese (Doutorado) – Instituto de Estudos da Linguagem – UNICAMP, Campinas, SP, 1982. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Tt97CzHDN4cJ:www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/%3Fcode%3Dvtls000055530+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

IPHAN. **Revista do IPHAN**. [S.l.]: [s.n.], n. 22, 1987. Disponível em: <<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=reviphan&pagfis=7941>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

JORNAL A NOITE. Mez do Touring Club. Edição 07129, ano 1931. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=348970_03&pesq=Touring Club do Brasil&pasta=ano>. Acesso: 10 ago. 2017.

JORNAL O LIBERAL. **Ouro Preto resgata livro histórico nos 300 anos**. Disponível em: <<http://www.jornaloliberal.net/noticia/ouro-preto-resgata-livro-historico-nos-300-anos/>>. Acesso em: 05 jul. 2015.

KOTHE, Mercedes Gassen. Questões diplomáticas entre Brasil e Alemanha, 1890-1939: expansionismo e diplomacia na República. **Anais...** Simpósio o Cone sul no Contexto Internacional. Sandra Maria Lubisco Brancato, Albene Miriam F. Menezes (orgs). Porto Alegre: EIPUCS, 1995, 253p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=Ujoouampg10C&pg=PA173&lpg=PA173&dq=expansionismo+alem%C3%A3o+Am%C3%A9rica+do+Sul+Brasil&source=bl&ots=KiyJLSLWw5&sig=Fuaay6a0U9pyNrszQeGin1mAG3U&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwi2stD76cHbAhUGIZAKHch7AUM4ChDoAQg8MAQ#v=onepage&q=expansionismo%20alem%C3%A3o%20Am%C3%A9rica%20do%20Sul%20Brasil&f=false>>. Acesso em 02 mar. 2018.

LAGO, Pedro Corrêa do. **Oswaldo Aranha: uma fotobiografia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Capivara, 2017

LAUERHASS JÚNIOR, Ludwig. **Getúlio Vargas e o triunfo do nacionalismo brasileiro**. São Paulo: EDUSP, 1986.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Tradução Bernardo Leitão et al. Campinas, SP: UNICAMP, 1990. (Coleção Repertórios).

LEFEBVRE, Henri. De lo rural a lo urbano. 4. ed. Barcelona: Península, 1978. 268 p.

LIMA NETO, Oswaldo. **Transporte no Brasil: história e reflexões**. Brasília: GEIPOT - Empresa Brasileira de Planejamento de Transportes, Ministério dos Transportes, 2001.

LINS, Lindercy Francisco Tomé de Souza. **To sell a product or to sell an Idea: a propaganda oficial do Brasil nos Estados Unidos da América: 1930 – 1945**. 2015. 318p. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, Departamento de História, São Paulo, 2015.

LUCA, Tania Regina de. **Leituras, projetos e (Re)vista(s) do Brasil (1916-1944)**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

MAGALHÃES, Leandro Henrique. **Educação patrimonial: da teoria à prática**. Londrina: Unifil, 2009.

MAGALHÃES, Marionilde Brepohl de. **Pangermanismo e nazismo: a trajetória alemã rumo ao Brasil**. CURITIBA: SAMP, 2014. 258 P.

MATOS, Mario Manuel Lima de. **As viagens marítimas da organização nazi Kraft durch freude a Portugal (1935-1939):** turismo, literatura e propaganda. 1996. 164p. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Estudos Alemães, Lisboa, 1996. Disponível em: <<https://run.unl.pt/handle/10362/20433>>. Acesso em: 24 mar. 2018.

MINELLA, Jorge Lucas Simões. **Pan-Americanismo no Brasil:** uma abordagem conceitual a partir do Estado Novo. 2013. 241p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em História, Florianópolis, SC, 2013.

MONTEIRO, Cristiano Fonseca. **A dinâmica política das reformas para o mercado na aviação comercial brasileira (1990-2002).** Rio de Janeiro: UFRJ/IFCS/PPGSA, 2004.

MOSKO, J.F; CAPRARO. A.M; MOSKO, J.C. O Estado novo (1937-1945) e a educação física: doutrinando corpos no exercício do poder. **Revista Digital, Buenos Aires**, ano 15, n. 143, abr. 2010. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

MOURA, G. **Tio Sam chega ao Brasil:** a penetração cultural americana. São Paulo: Brasiliense, 1984.

NATAL, Caion Meneguello. **Ouro Preto:** a construção de uma cidade histórica, 1891-1933. 2007. 233p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP, 2007. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?view=vtls000402798>>. Acesso em: 29 jan. 2015.

NEVES, Hunstock Natalia. **Cassinos brasileiros e sua relação com o turismo:** do glamour das roletas à clandestinidade. 2009. 101p. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2009. Disponível em: <www.repositorio.uff.br/jspui/bitstream/1/1127/1/87 - Natalia Neves.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2017.

NETO, Lira. **Getúlio:** do governo provisório à ditadura do Estado Novo (1930/1945). 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

NIEDERAUER, César Rodrigo Monsore. **Propaganda atual:** agregando valor ao produto. 2006. 57f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2006.

NOGUEIRA, Clara Asperti. **Revista careta (1908-1922):** símbolo da modernização da imprensa no século XX. In: Miscelânea revista de pós-graduação em letras, Assis, SP: UNESP, v.8, jul-dez. 2010.

NOGUERO, Félix Tomillo. El concepto de turismo según la OMT. In: CASTILLO NECHAR, Marcelino. **Epistemología del turismo**: estudios críticos. México: Trillas, 2010.

O CAMPO. Rio de Janeiro, 1943, edição 0160(1). Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=083291>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

O CAMPO. Rio de Janeiro, 1943, ed.0160, p.11. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=083291>>. Acesso em: 10 out. 2017.

OLIVEIRA, Maurício Cunha Massa. **Crescimento e declínio organizacional**: o caso VARIG. 2010. 405p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto COPPEAD de Administração, Rio de Janeiro, 2010.

OLIVEIRA, Sandra Regina de. **Rota de Colisão**: a histórica cultura da VARIG em choque fatal com as mudanças da aviação comercial brasileira. Rio de Janeiro: E-papers, 2011.

OLIVEIRA, Sandra Regina de. **Rota de colisão**: a cultura da Varig Grande e a aviação civil brasileira em meio a globalização. 2009. 282p. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp107092.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2018.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

O SEMANÁRIO. Rio de Janeiro, ano III, n. 101, 1958, p.05. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=149322&PagFis=1562&Pesq=>>>. Acesso em: 8 nov. 2017.

PANDOLFI, Dulce (org). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

PASCHOAL, José. Getúlio Vargas e o DIP: a consolidação do marketing político e da propaganda no Brasil. In: SIMPÓSIO DO LABORATÓRIO DE HISTÓRIA POLÍTICA E SOCIAL: 70 ANOS DO ESTADO NOVO, 1 2007, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2017.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. **O poder das imagens**: cinema e política nos governos de Adolf Hitler e de Franklin Roosevelt (1933-1945). São Paulo: Alameda, 2012

PEIXOTO, Alzira Vargas do Amaral. **Getúlio Vargas, meu pai**. Porto Alegre: Globo, 1960.

_____. **Getúlio Vargas, meu pai**: memórias de Alzira Vargas do Amaral Peixoto. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2017.

PINHO, J. B. Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990. In: RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

PINTO, Theophilo Augusto. **Gente que brilha quando os maestros se encontram**: músicas e músicos da 'Era de Ouro' do rádio brasileiro (1945-1957). 2012. 361p. Tese (doutorado) – Pós-Graduação em História Social, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-16082013-121350/pt-br.php>>. Acesso em: 28 jan. 2018.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Manole, 2002.

QUINTELA, A.C. **Um turista espanhol em Goiás na década de 1930**. Revista UFG. ano 10, n. 5, dez 2008. Disponível em: <https://www.proec.ufg.br/up/694/o/05_21_Memoria.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2018.

REVISTA REAÇÃO BRASILEIRA. Rio de Janeiro, ano 5, n. 6, jun. 1940. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=178985>>. Acesso em: 27 agosto 2017

RIBEIRO, Marcus Tadeu Daniel. Entre o ser e o coletivo: o tombamento das casas históricas. In: **Revista do patrimônio histórico e artístico nacional**, Rio de Janeiro: IPHAN, n. 34, p.223-247, 2011.

RIBEIRO, Elones Fernando. **A formação do piloto de linha aérea: caso VARIG o ensino aeronáutico acompanhando a evolução tecnológica**. 2008. 386p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em História da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

RINKE, Stefan. **Alemanha e Brasil, 1870-1945**: uma relação entre espaços. DOSSIÊ BRASIL NO CONTEXTO GLOBAL, 1870-1945. Hist. cienc. saude-Manguinhos vol.21 n.1 Rio de Janeiro Jan./Mar. 2014 Epub Feb 17, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-59702014000100299>. Acesso em: 10 jan. 2018.

RODRIGUES, C. C., de LUCA, T. R.; GUIMARÃES, V. (orgs). **Identidades brasileiras**: composições e recomposições [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014, 257 p.

ROLLEMBERG, D. QUADRAT, S. (orgs) **A construção social dos regimes autoritários**: Brasil e América Latina. v.2. (tradução Maria Alzira Brum Lemos, Sílvia de Souza Costa). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/217185019/ROLLEMBERG-Denise-A-construcao-social-dos-regimes-autoritarios>>. Acesso em: 02 jun. 2018.

ROSS, Glen F. **Psicologia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo Contexto).

RYBCZYNSKI, Witold. **Esperando o fim de semana**. Tradução Beatriz Horta. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SALADINO, Alejandra. **O fechamento da Panair do Brasil e a ascensão da VARIG**. Revista Cantareira, 8. ed. on-line, 2013. Disponível em: <<http://www.historia.uff.br/cantareira/v3/wp-content/uploads/2013/05/e08a03.pdf>>. Acesso em: 04 mar. 2018.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações**. Tradução: Eleonora Frenkel Barreto. São Paulo: Aleph, 2009.

SANTOS FILHO, João. O turismo na era Vargas e o departamento de imprensa e propaganda – DIP. **Revista digital**, Buenos Aires, ano 12, n. 114, nov. 2007. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd114/o-turismo-na-era-vargas-e-o-departamento-de-imprensa-e-propaganda.htm>>. Acesso em: 05 jan. 2014.

SILVA JUNIOR, Roberto França da. **A formação da infra-estrutura ferroviária no Brasil e na Argentina**. 2007. Disponível em: <revistas.ufpr.br/raega/article/download/9873/9092>. Acesso em: 28 nov. 2017.

SILVA, Adriana Pisoni. O turismo nos sítios históricos urbanos: o patrimônio para além dos monumentos. In: BARRETO, Margarida (org). **Turismo, cultura e sociedade**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2006.

SILVEIRA, Daniela Perfeito. **Legalização dos cassinos como fator de desenvolvimento do turismo**. 2004. 102p. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) – Especialização em gestão e marketing do turismo. Centro de Excelência em Turismo - UnB, Brasília, 2004.

SOUZA, Manoel Pereira de. **Nossa pátria, nossa bandeira, nosso chefe: as comemorações cívicas nas escolas de Santos durante o Estado Novo (1937-1945)**. Santos: [s.n.], 2013.

STANLEY, Hilton. **Osvaldo Aranha: uma biografia**. [S.l.]: Editora Objetiva, 1994.

SCHWARTZMAN, Simon; BOMENY, Helena M. B., COSTA, Vanda M. R. **Tempos de Capanema**. 2.ed. Rio de Janeiro: FGV: Editora Paz e Terra, 2000. Disponível em: <www.schwartzman.org.br/simon/capanema/capit1.htm>. Acesso em: 29 maio 2018.

TEIXEIRA SOARES, Álvaro. **O Brasil no conflito ideológico global (1937 – 1979)**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1980.

TORGAL, Luís Reis; PAULO, Heloísa. **Estados autoritários e totalitários e suas representações: propaganda, ideologia, historiografia e memória**. [S.l.]: Imprensa da

Universidade de Coimbra, 2008. Disponível em:

<<https://books.google.com.br/books?id=DEqOEaumxTwC&printsec=copyright&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 22 mar. 2018.

VARGAS, L.S. **Getúlio Vargas: a revolução inacabada**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1988.

VELLOSO, M.P. **Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo**. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/rsp/article/download/39298/24117>>, 1997. Acesso em: 30 maio 2018.

VIANNA, A. A. **Vagas memórias do turismo na cidade do Natal/RN**. XXIX Simpósio Nacional de História, contra os preconceitos: história e democracia. Brasília: [s.n.], 2017.

_____. Patrimônio e turismo no Brasil: desenhando a identidade nacional na era Vargas. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 28., 2015, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: [s.n.], 2015. Disponível em:

<file:///C:/Users/Andréia/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/TurismoePatrimonionaEraVargas.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2017.

VIDA CARIOCA. [S.l.], 1927, edição 0071 (1). Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=156574&PagFis=1513&Pesq=Oswaldo%20Aranha>>. Acesso em: 30 jun. 2016.

VIEIRA, Antonio Tostes Baêta. **Memórias, histórias e narrativas sobre os cassinos cariocas: um estudo metodológico**. R. Mem., Tubarão, v. 1, n. 2, p. 27-48, jan./abr. 2014. Disponível em:

<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/memorare_grupep/article/download/2383/1693>. Acesso em: 12 set. 2017.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ALMEIDA, Eneida de. **Uma releitura das cartas de Atenas**. Disponível em:

<ftp://ftp.usjt.br/pub/revint/5_60.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2015.

ALMEIDA, Paulo Roberto de. A experiência brasileira em planejamento econômico: uma síntese histórica. In: GIACOMONI, James; PAGNUSSAT, José Luiz (orgs.). **Planejamento e orçamento governamental**. Brasília: ENAP, 2006. Coletânea, 2 v. Disponível em:

<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.enap.gov.br%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D2847&ei=6VNiVJuoE8igNtrRg8AP&usg=AFQjCNGjKFHxnKiIYW_cGh1gEQbJC_2Zig>. Acesso em: 21 mar. 2015.

ANDRADE, Bernardo A. B. Fatos e fotos de Ouro Preto: a cidade monumento nacional e os aviões do Almirante Protógenes Guimarães por Bernardo A. B. Andrade. In: **Jornal voz ativa**. Disponível em: <<http://www.jornalvozaativa.com/4-a-cidade-monumento-nacional-e-os>>

avioes-do-almirante-protogenes-guimaraes-por-bernardo-a-b-andrade/>. Acesso em: 30 jun. 2015.

ANDRADE, Manuel Correia de. **As raízes do separatismo no Brasil**. São Paulo: EDUSC, UNESP, 1999.

AZEVEDO, D.; ANDRADE, P.B. Turismo, Comunicação Social e Patrimônio Histórico no Estado Novo (1937- 1945). Simpósio Nacional de História: Conhecimento histórico e diálogo social, 27, 2013, Natal (RN). **Anais...** Natal: [s/n], 2013. Disponível em: <http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364760592_ARQUIVO_ArtigoST77De-nioAzevedo.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2017.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. 9. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BARBOSA, Gustavo Guimarães; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BERTONHA, João Fábio. Entre Mussolini e Plínio Salgado: o fascismo italiano, o integralismo e o problema dos descendentes de italianos no Brasil. **Revista brasileira de história**, São Paulo, v. 21, n. 40, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01882001000100005&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 jan. 2015.

BOLSON, J.; PIRES, F.; BAHIA, E. Histórico e análise das políticas públicas de turismo no Brasil – 1930/ 2004: estudo de caso Minas Gerais. In: ENTBL - ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 6, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: [s.n.], 2004. Disponível em: <www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=1874>. Acesso em: 22 ago. 2015.

BORGES, Cristiano Araújo. **Sustentabilidade**: utilização indiscriminada nas políticas do turismo brasileiro. 1990. 177f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

BOULLON, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

CAMARGO, H. L. **Resenha crítica**: a alegoria do patrimônio: patrimônio lazer & turismo, UNISANTOS, v. 1, p. 1-6, 2005.

_____. **Uma pré-história do turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2007.

COSTA, E. Patrimônio e território urbano em cartas patrimoniais do século XX. **Finisterra revista portuguesa de geografia**, v. 47, n. 93, 2012. Disponível em: <<http://revistas.rcaap.pt/finisterra/article/view/1255>>. Acesso em: 20 out. 2013.

CHUVA, Márcia R.R. **Os arquitetos da memória**: sociogênese das práticas de preservação do patrimônio cultural no Brasil (anos 1930-1940). Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo**: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.

CURY, Isabelle. **Cartas Patrimoniais**. 3. ed. Rio de Janeiro: IPHAN, 2000. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/montarPaginaSecao.do;jsessionid=23E140E7EC25254EC7D39031779CAABC?id=17575&sigla=Institucional&retorno=paginaInstitucional>>. Acesso em: 24 out. 2013.

D'ARAÚJO, Maria Celina. (org.). **As instituições brasileiras da Era Vargas**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999.

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**: entrevista a Maria Serena Palieri. Tradução Léa Manzi. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

FARIA, Gerson Geraldo Mendes. et al. **Patrimônio histórico**: como e por que preservar. Bauru, SP: Canal 6, 2008.

FAY, Cláudia Musa. A cidade do Rio de Janeiro e a construção do Aeroporto Santos Dumont (1933-1938). **Cadernos de história**, Belo Horizonte, v. 18, n. 28, 1º sem. 2017. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/P.2237-8871.2017v18n28p203>>. Acesso em: 2 mar. 2018.

FERNANDES, José Antonio. O mercado argentino da erva-mate brasileira: um dos grandes problemas que levaram à criação do instituto nacional do mate no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE HISTÓRIA ECONÔMICA, 12 E CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE HISTÓRIA DE EMPRESAS, 13, 2017, Niterói. **Anais...** Niterói: UFF/ABPHE, 2017. Disponível em: <<http://www.abphe.org.br/uploads/ABPHE%202017/12%20O%20mercado%20argentino%20da%20erva-mate%20brasileira%20um%20dos%20grandes%20problemas%20que%20levaram%20à%20criação%20do%20instituto%20nacional%20do%20mate%20no%20Brasil.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. 2008. 308 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

FUNARI, Pedro Paulo; DOMÍNGUEZ, Lourdes. **As cartas internacionais sobre o patrimônio**. Textos didáticos. Campinas: UNICAMP/IFCH, 2005. Disponível em:

<<http://www.ifch.unicamp.br/publicacoes/download/td%2057-s-v-2012.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, Sandra C.A. **O patrimônio histórico e cultural**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Orgs.). **Turismo e patrimônio cultural**. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Contexto, 2005.

HOBBSBAWM, Eric. **Nações e nacionalismo desde 1780**: programa, mito e realidade. Tradução: Maia Célia Paoli, Anna Maria Quirino. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

_____. **Era dos extremos**: o breve século XX – 1914-1991. Tradução Marcus Santarrita. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ICOMOS. **Carta de burra**: carta del ICOMOS Austrália para sítios de significación cultural. Disponível em: <http://www.international.icomos.org/charters/burra1999_spa.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2015.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LEAL, Claudia F.B. **As missões da UNESCO no Brasil**: Michel Parent. Tradução Rejane Maria Lobo Vieira. Rio de Janeiro: IPHAN: COPEDOC, 2008.

LIMA SOBRINHO, Barbosa. **A verdade sobre a revolução de outubro**. 2. ed. São Paulo: Alfa Ômega, 1975.

LOPES, Alberto Flávio Montiero; CORREIA, Miguel Brito. **Património cultural**: critérios e normas internacionais de proteção. Portugal: Caleidoscópio, 2014.

LOPES, Antonio Herculano. **Entre Europa e África**: a invenção do carioca. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa: Topbooks, 2000.

LUCA, Tania Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. **Revista brasileira de história**. São Paulo, v. 31, n. 61, p. 271-296, 2011. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rbh/v31n61/a14v31n61.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2015.

MACHADO, Gilmara de Cássia; DIAS, Reinaldo. Patrimônio Cultural e turismo: educação, transformação e desenvolvimento local. In: **Patrimônio: lazer & turismo**, v.6, n.8. p. 1-11, dez. 2009.

MATOS, Patrícia de Oliveira. **Análise dos planos de desenvolvimento elaborados no Brasil após o II PND**. 2002. 184f. Dissertação (Mestrado) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz - USP, Piracicaba, SP, 2002. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CDEQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.teses.usp.br%2Fteses%2Fdisponiveis%2F11%2F11132%2Ftde-08012003-110722%2Fpublico%2Fpatricia.pdf&ei=R0xiVJCBHMGrgwSKqYLACg&usg=AFQjCNELbYNoWRC2hCqS7b7C2E6JoLAq7w>>. Acesso em: 20 set. 2014.

MATTOSO, José. **A identidade nacional**. (Coleção Fundação Mário Soares). Disponível em: <<https://civilizacaoiberica.files.wordpress.com/2010/08/jose-mattoso-a-identidade-nacional-pdfrev.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2015.

MOISÉS, Massaud. **Dicionário de termos literários**. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1982.

MURTA, Stella M.; ALBANO, C. Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

OLIVEIRA, Fernando Vicente de. **Capacidade de carga nas cidades históricas**. Campinas, SP: Papirus, 2003.

OLIVEIRA, Giovana Paiva de. **Natal em guerra**: as transformações da cidade na segunda guerra mundial. Natal, RN: EDUFRN, 2014.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi; VELLOSO, Mônica Pimenta; GOMES, Ângela Maria de Castro. **Estado Novo**: ideologia e poder. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. (Política e Sociedade).

PERNETA, Helena Paula Freitas. **A madeira e os alemães, 1917-1939**: O discurso na imprensa madeirense. 2011. 171p. Dissertação (Mestrado) – Universidade da Madeira, Curso de Gestão Cultural, 2011. Disponível em: <file:///C:/Users/Andréia/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/MestradoHelenaPerneta.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2018.

REIS, José Carlos. **As identidades do Brasil**: de Varnhagen a FHC. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

SANTOS FILHO, João dos. Espelho da história: o fenômeno turístico no percurso da humanidade. **Revista espaço acadêmico**, n. 50, Jul. 2005. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/arquivo/santosfilho.htm>>. Acesso em: 05 out. 2013.

_____. EMBRATUR, da euforia ao esquecimento: o retorno às raízes quando serviu à ditadura militar. **Revista espaço acadêmico**, n. 35, abr. 2004. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/arquivo/santosfilho.htm>>. Acesso em: 05 out. 2013.

_____. O turismo brasileiro: equívocos, retrocessos e perspectivas, o balanço que nunca foi feito. **Revista espaço acadêmico**, n. 25, jun. 2003. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/arquivo/santosfilho.htm>>. Acesso em: 05 out. 2013.

SILVA, Hélio; CARNEIRO, Maria Cecília R. **Vargas: pensamento político brasileiro**. Porto Alegre: L&PM, 1980.

SILVA, Moacir M.F. **Geografia dos transportes no Brasil**. Rio de Janeiro: Serviços Gráficos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 1949.

TOTA, Antonio Pedro. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e civilização: mergulhando nos berços da humanidade**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

YÁZIGI, Eduardo. **Civilização urbana: planejamento e turismo**. São Paulo: Contexto, 2003b.

YÁZIGI, Eduardo. **Turismo: uma esperança condicional**. 3. ed. São Paulo: Global, 2003a.

ZWEIG, Stefan. **Brasil: um país do futuro**. Tradução Kristina Michahelles. Porto Alegre: L&PM, 2008.

DOCUMENTOS - Cartas e telegramas

ARANHA, Oswaldo. **Carta a João Marques dos Reis**. Washington, 17 julho 1936. CPDOC OA cp 1936.07.17/1 – Disponível em: www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-oswaldo-aranha-sobre-a-obtencao-de-permissao-pelo-congresso-americano-de-melhorias-nas-comunicacoes-e-transportes-brasil-eua-principalme>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ARANHA, Oswaldo. **Carta a João Carlos Macedo Soares**. Washington, 17 julho 1936. CPDOC. OA cp 1936.07.17/1 – Disponível em: www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-oswaldo-aranha-sobre-a-obtencao-de-permissao-pelo-congresso-americano-de-melhorias-nas-comunicacoes-e-transportes-brasil-eua-principalme>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ARANHA, Oswaldo. **Carta a Getúlio Vargas**. Washington, 21 maio 1937. CPDOC. OA cp 1937.05.21. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-relativos-a-criacao-do-brazilian-tourist-bureau-e-a-necessidade-de-verbas-e-de-uma-propaganda-adequada-necessarias-ao-desenvolvimento-d>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ARANHA, Oswaldo. **Telegrama a Arthur de Souza Costa**. Washington, 25 agosto 1937. CPDOC. OA cp 1937.05.21. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-relativos-a-criacao-do-brazilian-tourist-bureau-e-a-necessidade-de-verbas-e-de-uma-propaganda-adequada-necessarias-ao-desenvolvimento-d>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ARANHA, Oswaldo. **Carta a Getúlio Vargas**. Washington, 31 agosto 1937. CPDOC. GVC 1937.08.12 – Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/GV/textual/carta-de-oswaldo-aranha-a-getulio-vargas-relatando-os-acontecimentos-relativos-ao-protesto-da-argentina-ao-arrendamento-dos-destroyers-ao-brasil-e>>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ARANHA, Oswaldo. **Carta a Eduardo Gomes**. Washington, 13 setembro 1937. CPDOC. OA cp 1937.09.08 – Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-referentes-a-concessao-a-pan-american-airways-para-estabelecer-trafego-awreo-internacional-sobre-o-territorio-brasileiro-e-a-decisao-do>. Acesso em: 14 jun. 2017.

BERTA, Ruben. **Carta a Oswaldo Aranha**. 24 maio 1943. CPDOC. OA cp 1943.05.24 – Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-rubem-berta-a-oswaldo-aranha-agradecendo-lhe-em-nome-da-s-a-empresa-de-viacao-aerea-riograndense-o-auxilio-dado-a-compra-de-dois-avioes-l>> Acesso em: 14 jun. 2017.

BRAVO PALMA, John A. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 29 novembro 1937. CPDOC. OA cp 1937.11.29. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-do-club-las-tres-americas-a-oswaldo-aranha-comunicando-a-ciacao-de-departamento-de-turismo-e-pedindo-sua-colaboracao-nova-iorque-eua>. Acesso em: 14 jun. 2017.

GOMES, Eduardo. **Carta a Oswaldo Aranha**. Rio de Janeiro, 08 agosto 1937. CPDOC. OA cp 1937.09.08 – Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-referentes-a-concessao-a-pan-american-airways-para-estabelecer-trafego-awreo-internacional-sobre-o-territorio-brasileiro-e-a-decisao-do>. Acesso em: 14 jun. 2017.

GOMES, Eduardo. **Carta a Oswaldo Aranha**. Rio de Janeiro, 20 setembro 1937. CPDOC. OA cp 1937.09.08 – Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-referentes-a-concessao-a-pan-american-airways-para-estabelecer-trafego-awreo-internacional-sobre-o-territorio-brasileiro-e-a-decisao-do>. Acesso em: 14 jun. 2017.

LABASTILLE, Ernest-Otto Meyer. **Carta a Oswaldo Aranha**. Rio de Janeiro, 17 agosto 1931. CPDOC. OA cp 1931.08.17/4. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-ernest-otto-meyer-labastille-a-oswaldo-aranha-submetendo-a-sua-aprovacao-varios-pontos-de-interesse-vital-a-varig-tais-como-a-supressao-d>. Acesso em: 14 jun. 2017.

LABASTILLE, Ernest-Otto Meyer. **Carta a Oswaldo Aranha**, 18 janeiro 1931. CPDOC. OA cp 1930.01.18/1 – Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-da-varig-a-oswaldo-aranha-agradecendo-resolucao-do-governo-do-rio-grande-do-sul-de-auxilia-la-a-desenvolver-o-trafego-no-estado-e-solicitand>> Acesso em: 14 jun. 2017.

LABASTILLE, Ernest-Otto Meyer. **Carta a Oswaldo Aranha**, 28 outubro 1931. CPDOC. Carta OA cp 1931.10.28/2 – Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-da-varig-a-oswaldo-aranha-comunicando-ter-o-governo-do-estado-regularizado-a-situacao-da-empresa-e-agradecendo-por-seu-apoio-porto-alegre>> Acesso em: 14 jun. 2017.

OLIVEIRA, Rafael Correia de. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 05 maio 1937. CPDOC. OA cp 1937.05.05 – Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-rafael-correia-de-oliveira-a-oswaldo-aranha-apresentando-diretor-da-cia-transequator-que-tem-estudos-para-o-estabelecimento-da-linha-de-n>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ORAZI, Angelo. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 29 dezembro 1934. CPDOC. OA cp 1934.12.29. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-angelo-orazi-a-oswaldo-aranha-sobre-a-criacao-e-desenvolvimento-da-industria-do-turismo-no-brasil-nova-iorque>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ORAZI, Angelo. **Carta a P.B. de Cerqueira Lima** (Cópia para Oswaldo Aranha). Rio de Janeiro, 14 fevereiro 1935. CPDOC. OA cp 1935.02.14. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-angelo-orazi-a-oswaldo-aranha-enviando-trechos-de-cartas-relatorio-resumindo-observacoes-e-contatacoes-sobre-a-industria-do-turismo-nov>. Acesso em: 14 jun. 2017.

ORLANS, J.J. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 03 setembro 1937. CPDOC. OA cp 1937.05.21. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-relativos-a-criacao-do-brazilian-tourist-bureau-e-a-necessidade-de-verbas-e-de-uma-propaganda-adequada-necessarias-ao-desenvolvimento-d>. Acesso em: 14 jun. 2017.

RICE, Maxwell Jay. **Carta a Oswaldo Aranha**. Washington, 21 outubro 1937. CPDOC. OA cp 1937.09.08 – Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-referentes-a-concessao-a-pan-american-airways-para>.

estabelecer-trafego-awreo-internacional-sobre-o-territorio-brasileiro-e-a-decisao-do>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SAAVEDRA, Tomaz Oscar P.C. **Carta a Oswaldo Aranha**. Rio de Janeiro, Fevereiro 1931. CPDOC. OA cp 1931.02.00/2. Disponível em: www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-tomas-oscar-pinto-da-cunha-2-barao-de-saavedra-a-oswaldo-aranha-defendendo-a-conveniencia-da-reabertura-do-cassino-de-copacabana-a-fim-de>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SILVA JÚNIOR, Francisco. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 07 agosto 1936. CPDOC. OA cp 1936.08.07/1. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-francisco-silva-jr-a-oswaldo-aranha-sobre-proposta-a-ser-encaminhada-a-getulio-vargas-sobre-campanha-para-divulgar-o-turismo-brasileiro-n>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SILVA JÚNIOR, Francisco. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 25 agosto 1936. CPDOC. OA cp 1936.09.08/3. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-francisco-silva-jr-a-oswaldo-aranha-sobre-abertura-do-brazilian-tourist=bureau-nos-eua-a-fim-de-fomentar-a-ida-de-turistas-americanos-ao>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SILVA JÚNIOR, Francisco. **Carta a Getúlio Vargas** (Cópia para Oswaldo Aranha). Rio de Janeiro, 25 agosto 1936. CPDOC. OA cp 1936.09.08/3. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-francisco-silva-jr-a-oswaldo-aranha-sobre-abertura-do-brazilian-tourist=bureau-nos-eua-a-fim-de-fomentar-a-ida-de-turistas-americanos-ao>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SILVA JÚNIOR, Francisco. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 21 novembro 1936. CPDOC. OA cp 1936.09.08/3. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-francisco-silva-jr-a-oswaldo-aranha-sobre-abertura-do-brazilian-tourist=bureau-nos-eua-a-fim-de-fomentar-a-ida-de-turistas-americanos-ao>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SILVA JÚNIOR, Francisco. **Carta a Arthur de Souza Costa** (Cópia para Oswaldo Aranha). Nova York, 23 julho 1937. CPDOC. OA cp 1937.05.21. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-relativos-a-criacao-do-brazilian-tourist-bureau-e-a-necessidade-de-verbas-e-de-uma-propaganda-adequada-necessarias-ao-desenvolvimento-d>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SILVA JÚNIOR, Francisco. **Carta a Oswaldo Aranha**. Nova York, 10 dezembro 1937. CPDOC. OA cp 1937.05.21. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/documentos-relativos-a-criacao-do-brazilian-tourist-bureau-e-a-necessidade-de-verbas-e-de-uma-propaganda-adequada-necessarias-ao-desenvolvimento-d>. Acesso em: 14 jun. 2017.

STUART, Charles. **Carta a Mário Pimentel Brandão**. Nova York, 08 novembro 1938. CPDOC. OA cp 1938.11.08. Disponível em: <<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-charles-e-stuart-a-mario-de-pimentel-brandao-solicitando-audiencia-para-tratar-de-assunto-relativo-a-estabelecimento-de-fabrica-de-aerop>>. Acesso em: 14 jun. 2017.

SYLLA, Carlos. **Carta a Oswaldo Aranha**. Porto Alegre (RS), 14 março 1931. CPDOC. OA cp 1931.03.14/3. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/correspondencia-relativa-ao-caso-varig-e-propostas-para-a-sua-solucai-porto-alegre>. Acesso em: 14 jun. 2017.

VERÍSSIMO, J.B. **Carta a Oswaldo Aranha**. Rio de Janeiro, 03 abril, 1933. CPDOC. OA cp 1933.04.03. Disponível em: <www.fgv.br/cpdoc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/carta-de-joao-b-verissimo-a-oswaldo-aranha-elogiando-as-medidas-que-beneficiaram-a-propaganda-do-cafe-no-exterior-e-que-impediram-o-monopolio-de-l>. Acesso em: 14 jun. 2017.

FIGURAS E QUADROS ACESSADOS POR INTERNET

Figura 4: Oswaldo Aranha e a Junta Governativa de 1930 - Almirante Izaías Noronha, General Menna Barreto; General Tasso Fragoso - e o Ministro de Relações Exteriores, Afrânio de Melo Franco.

Fonte: Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo - 80 anos da revolução que mudou o Brasil. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=267341>>, acesso em 3 de maio 2017

Figuras 5 e 6: Capa da revista Reação Brasileira, ano V, nº 6, de junho de 1940, p. 3. Nota publicada sobre afirmações de Oswaldo Aranha sobre a neutralidade do Brasil.

Fonte: Revista Reação Brasileira, ano V, nº 6, 1940. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=178985>>. Acesso em: 10 out 2017>

Figura 7: Fragmentos de nota publicada na Revista Vamos Lêr!

Fonte: Revista Vamos Lêr!, ano VI, nº 235, p. 60, 1941. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=183245&pasta=ano194&pesq=OswaldoAranha>>. Acesso em: 30 out 2017

Figura 8: Matéria de capa sobre o futuro embaixador do Brasil nos EUA

Fonte: Jornal Vida Carioca, nº 101, ano 1934, p.1. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=156574&PagFis=1513&Pesq=Oswald o%20Aranha>>. Acesso em: 30 Out 2017

Figura 9: Papel timbrado da Diretoria de Aeronáutica

Fonte: Carta de Carlos Sylla a Sinval Saldanha. Como fazer essa fonte/referência???

Figuras 10 e 11: Fragmento de matéria da Revista Life sobre o Brasil

Fonte: Blog Anos dourados: imagens e fotos Disponível em:

<www.anosdourados.blog.br/2013/05/imagens-revista-life.html>

Acesso em: 3 de julho de 2017

Figuras 11 e 12 : Aeroporto de São João, Porto Alegre, 1930.

Fonte: Blog Prati. Disponível em: >. Acesso em: 10 out 2017

Figura 14: Hangar da Panair do Brasil, 1941

Fonte: Revista O Cruzeiro, edição 0045, 1941, p.30. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=003581&PagFis=18995&Pesq=Aeroporto Santos Dumont>>. Acesso em 15 nov 2017

Figura 15: Dados do tráfego aéreo no Brasil, de 1927 a 1946.

Fonte: Geografia dos transportes no Brasil, 1949, p. 203. Disponível em:

<<https://archive.org/stream/geografiadostran1949moac#page/254/mode/2up/search/Brasil+1939-40>>. Acesso em: 5 set 2017

Figura 16: Fragmento de matéria sobre a aviação comercial no Brasil

Fonte: Revista O Cruzeiro, edição 0052 de 1940, p.42. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=003581&PagFis=26626&Pesq=Aeroporto Santos Dumont>>. Acesso em: 15 out 2017.

Figura 17: Transporte aquaviário de passageiros em 1933

Fonte: Departamento Nacional de Portos e Navegação. Relatório dos serviços executados durante o ano de 1934. Departamento de Portos e Navegação, p. 31.

Rio de Janeiro: Oficinas dos Correios e Telégraphos, 1936. Disponível em:

<<https://archive.org/search.php?query=Relat%C3%B3rio%20dos%20servi%C3%A7os%20executados%20durante%20o%20ano%20de%201934>>

Acesso em: 5 set 2017

Figura 18: Veículos de transporte rodoviário no Brasil - 1940

Fonte: Brasil 1940-41: Relação das Condições Geográficas, Econômicas e Sociais, p.469.

Disponível em:

<<https://archive.org/stream/relatgeoecosoc194041#page/468/mode/2up/search/Brasil+1939-40>>. Acesso em: 20 nov 2017

Figura 19: Touring Club do Brasil – programa de divulgação turística

Fonte: A NOITE. O mez do Touring Club do Brasil. Jornal A Noite, edição 07130, 30 de setembro de 1931, p.2. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=348970_03&pesq=Touring Club do Brasil&pasta=ano193>. Acesso em: 30 out 2017

Figura 20: Palace Hotel, Rio de Janeiro

Fonte: Sempre Rio. Disponível em:<<http://semprerio.com.br/o-palace-hotel/>>. Acesso em: 30 out 2017

Figura 21: Teatro e Cassino Beira-mar, Rio de Janeiro

Fonte: Blog Um Postal por dia. Disponível em:
<<https://umpostalpordia.wordpress.com/tag/cassino-beira-mar/>> Acesso em: 30 out 2017

Figura 22: Cassino Atlântico, Rio de Janeiro

Fonte: Copacabana.com. Disponível em:<<http://copacabana.com/cassinos-em-copacabana/>>
Acesso em: 30 out 2017

Figura 23: Copacabana Palace Hotel, Rio de Janeiro, 1923

Fonte: SOS Copacabana. Disponível em: <<https://soscopacabana.wordpress.com/sobre/>>
Acesso em: 30 out 2017

Figura 24: Cassino da Urca

Fonte: Giro Carioca Tour. Disponível em:
<<http://girocariocatour.blogspot.com.br/2013/05/cassino-da-urca.html>> Acesso em: 30 out 2017

Figura 25: Palace Hotel e Cassino Poços de Caldas

Fonte: Memória de Poços de Caldas. Disponível em:
<<http://www.memoriadepocos.com.br/2011/01/cassinos-em-pocos.html>>. Acesso em: 30 Out 2017

Figura 26: Hotel Cassino Quitandinha, Petrópolis-RJ

Fonte: Blog Emanuel Silva. Disponível em:<<http://emanuelnunesilva.blogspot.com.br/2014/01/hotel-cassino-quitandinha-palacio.html>>. Acesso em: 30 Out 2017

Figura 27: Notícia sobre fechamento dos cassinos no Brasil

Fonte: JORNAL DO BRASIL. O fim dos jogos de azar. Em officio ao Chefe de Polícia. Jornal do Brasil, ano 1922\Edição 00004 (1), pagina 08. Disponível em:
<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_04&pesq=%20Cassinos&pasta>. Acesso em: 27 abr 2018

Figura 28: KdF Seebad-Rügen ou Colosso de Prora

Fonte: Clarín Mundo. El "resort" abandonado que Hitler construyó para los nazis 09/10/2015 - 09:36. Disponível em: <https://www.clarin.com/mundo/prora-resort-abandonado-hitler-construyo-para-nazis_0_BkHI1MFDmg.html>. Acesso em 6 abril 2018

Figura 29: Nota da imprensa sobre a propaganda do turismo no Brasil

Fonte: Revista Careta (RJ), 1936. Edição 1437, p.37. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=083712&PagFis=56495&Pesq=turismo>>. Acesso em: jan 2018

Figura 30: Revista *Travel in Brazil* como meio de propaganda do Brasil em Nova York

Fonte: O imparcial (RJ), ed. 01317, 06/09/1939, p.3. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=090972_08&pagfis=19031&url=http://memoria.bn.br/docreader#>. Acesso em 10 maio 2018

Figura 31: Nota sobre as revistas *Brazil Today* e *Brasil*, distribuídas nos Estados Unidos

Fonte: Correio Paulistano, ed. 26100, 06/04/1941, p.02. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=BrazilToday&pasta=ano 194> . Acesso em 09 maio 2018

Figura 32: Notas sobre publicações brasileiras no exterior

Fonte: Correio Paulistano, ed. 26100, 06/04/1941, p.02. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=BrazilToday&pasta=ano 194>. Acesso em: 09 maio 2018

Figura 33: Notas sobre publicações de propaganda do Brasil no exterior

Fonte: Correio Paulistano, ed. 26264, 19/10/1941, p. 13. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=090972_09&pesq=BrazilToday&pasta=ano 194>. Acesso em: 10 maio 2018

Figuras 34 e 35: Primeiro número da Revista *Brazil Today*, publicada em setembro de 1940, em Nova York. Capa e primeira página

Fonte: *University of Michigan Library*

Figuras 36 e 37: Primeiro número da Revista *Brazil Today*, publicada em setembro de 1940, em Nova York. Sumário e contracapa

Fonte: *University of Michigan Library*

Figuras 38 e 39: *Brazil Today*, v.1, nº2, *Flying down to Rio – capa e sumário*

Fonte: *University of Michigan Library*

Figuras 40 e 41: *Brazil Today*, v.1 nº4, *Rio's Carnival... samba rhythms, gaiety, laughter*

Fonte: *University of Michigan Library*

Figuras 42 e 43: Livro *Rio*, publicado pelo diplomata americano Hugh Gibson

Fonte: Site eBay. Disponível em: <<https://www.ebay.com/p/Rio-by-Hugh-Gibson-1937-Hardback/173199320>>. Acesso: 2 mai 2018

Figura 44: *Un turista en El Brasil*

Fonte: Livraria Traça. Disponível em: <<https://www.traca.com.br/livro/788067/un-turista-en-el-brasil>>. Acesso: 2 mai 2018

Figura 45: Nota sobre exposição de arte brasileira em Londres

Fonte: Jornal Correio da Manhã, 26/11/1943, p.11. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=089842_05&pesq=ExposiçãodeArteemLondres&pasta=ano194>. Acesso em: 12 dez 2017

Figura 46: Abertura da exposição de arte brasileira em Londres (novembro/1944)

Fonte: BBC Brasil Disponível em:

<http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/12/151205_exposicao_brasil_tg>. Acesso em 30 nov 2017. Matéria de Thiago Guimarães

Figura 47: Catálogo da Brazil Builds, 1943

Fonte: Museu de Arte Moderna de Nova York – MoMA. Disponível em:

<https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_2304_300061982.pdf>. Acesso em: 15 jan 2018

Figura 48: Edifício A Noite – 1930

Fonte: Diário do Rio. Disponível em: <http://diariodorio.com/histria-do-edificio-a-noite>.

Acesso: 20 jan 2018

Figura 49: Edifício A Noite - vista aérea do centro do Rio de Janeiro, 1930

Fonte: Diário do Rio. Disponível em: <http://diariodorio.com/histria-do-edificio-a-noite>. Acesso em 5 jan 2018

Figura 50: Cauby Peixoto no auditório da Rádio Nacional

Fonte: Memorial da Democracia. Disponível em:

<<http://memorialdademocracia.com.br/card/alo-alo-brasil-aqui-fala-a-radio-nacional-do-rio-de-janeiro>>>. Acesso em maio 2018

Figura 51: Ângela Maria, Marlene e Emilinha Borba no palco da Rádio Nacional

Fonte: Memorial da Democracia. Disponível em:

<<http://memorialdademocracia.com.br/card/alo-alo-brasil-aqui-fala-a-radio-nacional-do-rio-de-janeiro>>. Acesso em maio 2018

Figura 52: Klaxon, nº1

Fonte: Universia. Disponível em: <<http://noticias.universia.com.br/net/files/2017/2/16/klaxon-mensario-de-arte-moderna-n-1.pdf>>. Acesso em: 15 de maio de 2018

Figura 53: Antropofagia, nº1

Fonte: Biblioteca Nacional. Disponível em:

<<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=416410&PagFis=1&Pesq=>>>. Acesso em: 15 de maio de 2018

Figura 54: Estética, n.º.1

Fonte: Laboratório de Pensamento Social Disponível em:

<<https://laboratoriodepensamentosocial.files.wordpress.com/2011/11/estetica>>. Acesso em: maio 2018

Figura 55: Comemoração do bicentenário de Villa Rica/Ouro Preto, 1911

Fonte: Jornal O Liberal. Ouro Preto resgata livro histórico nos 300 anos. 10 de Janeiro de 2011 Disponível em: <<http://www.jornaloliberal.net/noticia/ouro-preto-resgata-livro-historico-nos-300-anos/>>. Acesso em 7 jul 2015

Figura 56 – Comemoração pela elevação de Ouro Preto ao status de Cidade Monumento Nacional, Praça Tiradentes, em 13 de julho de 1933

Fonte: Jornal O Liberal. Ouro Preto resgata livro histórico nos 300 anos. 10 de Janeiro de 2011 Disponível em: <<http://www.jornaloliberal.net/noticia/ouro-preto-resgata-livro-historico-nos-300-anos/>>. Acesso em 7 jul 2015

Figuras 57 e 58: Inauguração do Cristo Redentor Fonte: Revista Careta, 1931

Fonte: Revista Careta, 1931, edição 1215, 17 de outubro de 1931, pp.20 e 21 Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=083712&pasta=ano%20193&pesq=Cristo%20Redentor>>. Acesso em: 20 abril 2015

Figura 60: Revista do Patrimônio n.º1

Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat01_m.pdf>. Acesso em maio 2018

Figura 61: Revista do Patrimônio n.º2

Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat02_m.pdf>. Acesso em maio 2018

Figura 62: Revista do Patrimônio n.º3.

Disponível em:<http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat03_m.pdf>. Acesso em maio 2018

QUADROS

Quadro 2: Agências estrangeiras de turismo e propaganda instaladas em Nova York

Fonte: CPDOC/FGV, OA cp 1936.09.08/3

Disponível em: <www.fgv.br/cpd/doc/acervo/arquivo-pessoal/OA/textual/cartas-de-francisco-silva-jr-a-oswaldo-aranha-sobre-abertura-do-brazilian-tourist-bureau-nos-eua-a-fim-de-fomentar-a-ida-de-turistas-americanos-ao>. Acesso em: 14 jun 2017

Quadro 5: Fragmento de quadro sobre Tráfego aéreo brasileiro – número de viagens

Fonte: Nosso Século: Memória fotográfica do Brasil no século 20. V.3, 1930/1945. São Paulo: Abril Cultural, 1980, p.25. (Transcrito com pequenas adaptações).

Quadro 7: Brazil Today, títulos e datas de publicação

Fonte: *University of Michigan Library*

Quadro 8: A radiodifusão no Brasil – 1923 a 1945

Fonte: Anuário Estatístico do Brasil 1941/1945 (p.451), Anuário Estatístico do Brasil 194(p.449) e Anuário Estatístico do Brasil 1947 (p.451). Dados agrupados para a pesquisa.

Disponível em:

<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1941_1945.pdf. Acessado em dez 2017> Acesso: 17 jan 2018